

ВІСНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

38'2011

Тематичний випуск

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

**Видання засновано Національним технічним університетом
«Харківський політехнічний інститут» у 2001 році**

Державне видання

Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України

КВ № 5256 від 2 липня 2001 року

КООРДИНАЦІЙНА РАДА:

Голова: Л.Л.Товажнянський, д-р техн. наук, проф.

Секретар: К.О. Горбунов, канд. техн. наук, доц.

А.П.Марченко, д-р техн. наук, проф.;
Є.І.Сокол, д-р техн. наук, проф.;
Є.Є.Александров, д-р техн. наук, проф.;
Л.М.Бесов, д-р техн. наук, проф.;
А.В.Бойко, д-р техн. наук, проф.;
Ф.Ф.Гладкий, д-р техн. наук, проф.;
М.Д.Годлевський, д-р техн. наук, проф.;
А.І.Грабченко, д-р техн. наук, проф.;
В.Г.Данько, д-р техн. наук, проф.;
В.Д.Дмитриєнко, д-р техн. наук, проф.;
І.Ф.Домнін, д-р техн. наук, проф.;
В.В.Єсипанов, канд. техн. наук, проф.;
Ю.І.Зайцев, канд. техн. наук, проф.;
П.О.Качанов, д-р техн. наук, проф.;
В.Б.Клепиков, д-р техн. наук, проф.;

С.І.Кондрашов, д-р техн. наук, проф.;
В.М.Кошельник, д-р техн. наук, проф.;
В.І.Кравченко, д-р техн. наук, проф.;
Г.В.Лісачук, д-р техн. наук, проф.;
В.С.Лупіков, д-р техн. наук, проф.;
О.К.Морачковський, д-р техн. наук, проф.;
В.І.Николаєнко, канд. іст. наук, проф.;
П.Г.Перерва, д-р екон. наук, проф.;
В.А.Пуляєв, д-р техн. наук, проф.;
М.І.Рищенко, д-р техн. наук, проф.;
В.Б.Самородов, д-р техн. наук, проф.;
Г.М.Сучков, д-р техн. наук, проф.;
Ю.В.Тимофієв, д-р техн. наук, проф.;
М.А.Ткачук, д-р техн. наук, проф.

Харків 2011

Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства . – Харків: НТУ „ХПІ». – 2011. – № 38. – 156 с.

У збірнику розглядаються питання розвитку та удосконалення економічних досліджень, рішення завдань оптимізації основних напрямків економічної діяльності за умов ринкових відносин, а також проблеми державного регулювання виробничо-підприємницьких процесів.

Для викладачів, наукових працівників, спеціалістів, аспірантів та студентів економічних спеціальностей.

В сборнике рассматриваются вопросы развития и совершенствования экономических исследований, решения задач оптимизации основных направлений экономической деятельности в условиях рыночных отношений, а также проблем государственного регулирования производственно-предпринимательских процессов.

Для преподавателей, научных работников, специалистов, аспирантов и студентов экономических специальностей

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Відповідальний редактор

В.Я. Міщенко, д-р екон. наук, проф.

О.М. Гавриш, канд. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар

О.С.Другова

С.І. Архієреєв, д-р екон. наук, проф.

А.Є. Ачкасов, д-р екон. наук, проф.

Л.М. Бєсов, д-р іст. наук, проф.

В.Я. Заруба, д-р екон. наук, проф.

В.І. Захарченко, д-р екон. наук, проф.

Ю.Б. Іванов, д-р екон. наук, проф.

П.О. Орлов, д-р екон. наук, проф.

П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.

Т.С. Пічугіна, д-р екон. наук, проф.

О.М. Поступний, канд. філос. наук, проф.

О.І. Пушкар, д-р екон. наук, проф.

В.А. Соколенко, канд. екон. наук, проф.

В.П. Соловійов, д-р екон. наук, проф.

В.М. Тимофєєв д-р екон. наук, проф.

А.І. Яковлєв, д-р екон. наук, проф.

Адреса редакції: 61002, м. Харків, вул.. Фрунзе, 21, НТУ «ХПІ»

Деканат БФ, тел. (057) 707-64-46, 707-60-67

**Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ»
протокол № 10 від 01.11.2011 р.**

© Національний технічний університет «ХПІ», 2011

Т.В.АНДРЯКОВА, студентка, НТУ «ХПИ», Харьков,
П.В.БРИНЬ, канд. экон. наук, доцент, НТУ «ХПИ», Харьков.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ АУТСОРСИНГА

В статье рассмотрены основные подходы к формированию классификаторов различных видов аутсорсинга. Особое внимание уделено механизму классифицирования и формированию комплекса классификационных признаков, предложена единая система классификации – фасетная классификация аутсорсинга, которая обладает научной новизной и делает возможной комплексную оценку форм аутсорсинга (одновременно с учетом организационного и экономического аспектов).

В статті розглянуті основні підходи до формування класифікаторів різних видів аутсорсингу. Особлива увага надана механізму класифікації і формуванню комплексу класифікаційних ознак, запропонована єдина система класифікації – фасетна класифікація аутсорсингу, яка має наукову новизну і робить можливою комплексну оцінку форм аутсорсингу (одночасно з обліком організаційного і економічного аспектів).

In the article basic approaches to forming of classifiers of different types of outsorsing are considered. The special attention is spared to the mechanism of classification and forming of complex of classification signs, the single system of classification is offered – faset's classification of outsorsing, which possesses a scientific novelty and does possible complex estimation of forms of outsorsing (simultaneously with consideration of organizational and economic aspects).

В условиях динамичности современного рынка преимущество всегда за теми компаниями, которые открыты для инноваций, что позволяет существенно повысить эффективность управления бизнесом. Одной из бизнес-моделей, которые обеспечивают конкурентное преимущество, следует считать и использование аутсорсинга. Аутсорсинг (передача бизнес-процессов на исполнение сторонним заказчикам) получил в последние годы широкое распространение как эффективная форма организации бизнеса, позволяющая сосредоточиться на самых рентабельных видах деятельности (причины использования аутсорсинга см. рис. 1) [4].

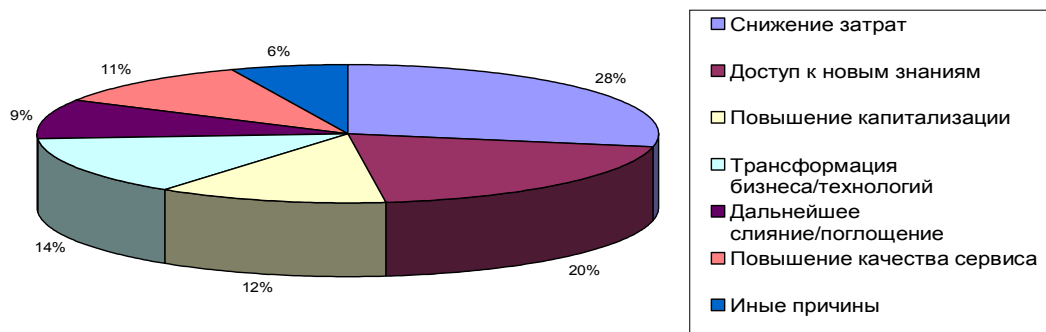


Рис. 1 – Типовые побудительные причины использования аутсорсинга

За рубежом, а позднее – в Украине, появилось большое количество работ, посвященных аутсорсингу – как научных, исследовательских, так и практических с рекомендациями для бизнесменов и менеджеров по использованию аутсорсинга в ежедневной деятельности предприятия [2, 3].

С каждым днем возрастает актуальность и интерес научных деятелей к вопросу классификации аутсорсинга. Тем не менее, ряд иных вопросов остается без внимания. Важнейшими из них являются следующие:

- Каковы основные классификационные признаки аутсорсинга и какие из них можно положить в основу дальнейшей группировки?

- В каких формах может происходить взаимодействие между предприятиями при аутсорсинге?

- Каким образом можно классифицировать виды и формы аутсорсинга?

Среди ученых, которые исследуют проблему выбора оптимальных классификаторов видов аутсорсинга, нет единого подхода, и предложенные в научных трудах классификационные признаки, как правило, относятся лишь к определенному аспекту аутсорсинга – к его организационной (управленческой) либо экономической сущности. А понятия механизма классифицирования в научной литературе вообще не рассмотрено.

Целью данной статьи является синтез разрозненных подходов к формированию видов аутсорсинга и разработка единой классификационной системы.

Аутсорсинг изначально рассматривался как инструмент оптимизации издержек предприятия, используемый менеджерами компании для повышения ее эффективности. По этой причине выделение видов аутсорсинга традиционно происходило по критерию типов процессов.

Следует отметить три подхода к такой классификации [1].

В первом случае передаваемые процессы классифицируются по критерию их отношения к профильной деятельности предприятия и делятся на основные и вспомогательные (соответственно, выделяется аутсорсинг основных процессов и аутсорсинг вспомогательных процессов).

Во втором случае классификация осуществляется по видам деятельности, к которым относятся передаваемые процессы.

Наиболее часто при таком подходе выделяют следующие виды аутсорсинга:

- аутсорсинг в сфере информационных технологий (ИТ-аутсорсинг);
- производственный аутсорсинг;
- непроизводственный аутсорсинг.

Наконец, при третьем подходе выделяют аутсорсинг задач (когда на исполнение передаются разовые проекты, а срок их реализации четко оговаривается) и аутсорсинг бизнес-процессов (в этом случае речь идет о долгосрочном сотрудничестве между предприятиями, когда подрядчик на регулярной основе берет на себя выполнение той или иной функции, порученной ему заказчиком).

При рассмотрении аутсорсинга не как передачи процессов сторонним исполнителям, а как использование внешних ресурсов для выполнения функций предприятия, то есть привлечения компанией для ведения своей хозяйственной деятельности факторов производства, контролируемых другими организациями.

Из этого подхода следует классификация аутсорсинга с экономической точки зрения, т.е. по виду ресурсов, необходимых для выполнения соответствующих функций. В этом случае можно выделить следующие виды аутсорсинга [5]:

1. Аутсорсинг капитала, к которому можно отнести производственный аутсорсинг и лизинг.

В данном случае под производственным понимается такой вид аутсорсинга, когда предприятие размещает заказы на изготовление продукции под своей торговой маркой у сторонней фирмы. А лизинг (для производства продукции используется оборудование, принадлежащее другому предприятию) рассматривается не как вид сделки, а как форма арендных отношений;

2. Аутсорсинг труда (аутсорсинг персонала, предпринимательских способностей);

3. Аутсорсинг информации (бухгалтерский аутсорсинг, системная интеграция, ИТ- аутсорсинг);

4. Смешанный аутсорсинг – когда предприятие-заказчик передает на исполнение сторонней фирме функцию, требующую использования нескольких видов ресурсов (см. рис. 2).

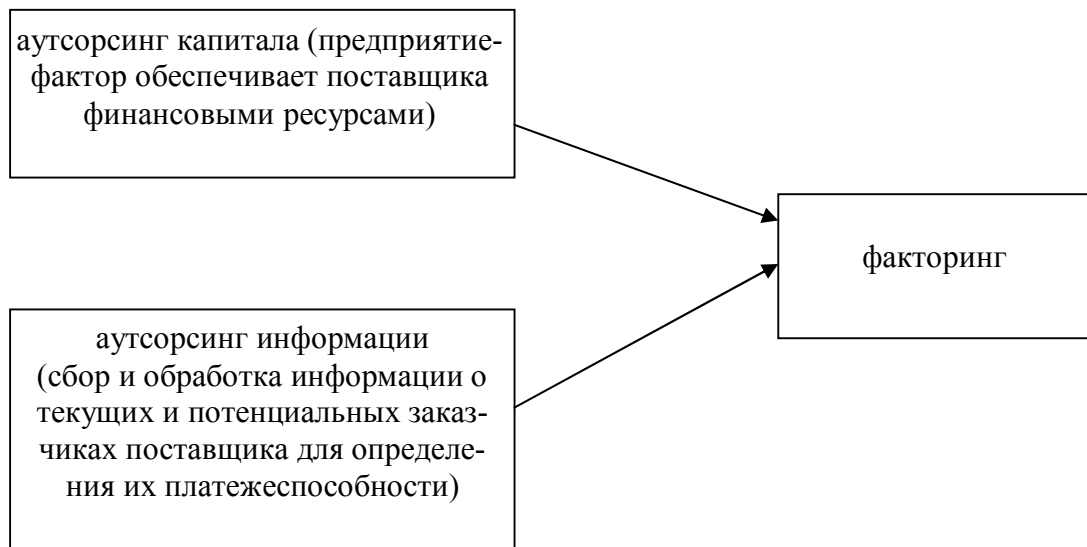


Рис. 2 – Смешанный аутсорсинг

Исследование различных научных трудов дало возможность синтезировать мнения научных деятелей об основных классификаторах аутсорсинга следующим образом (см. рис. 3, 4):

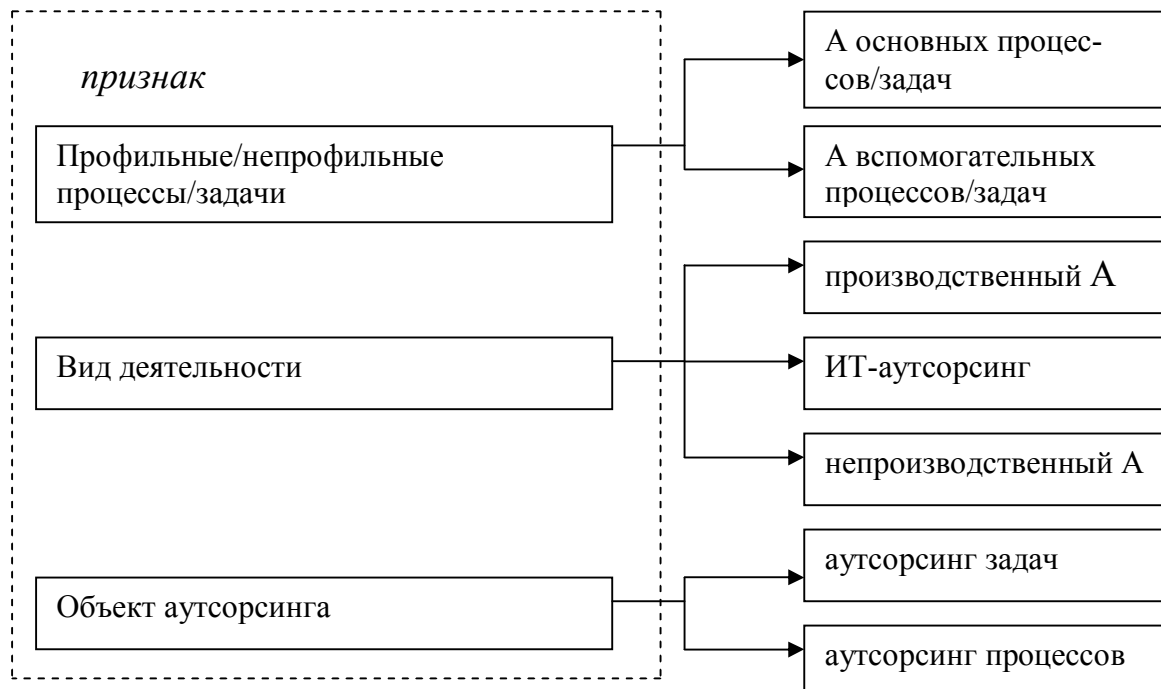


Рис. 3 – Организационная классификация аутсорсинга

Механизм классифицирования можно определить как совокупность элементов, которые обеспечивают организационную основу процесса его проведе-

ния. Основными его элементами являются классификаторы и сама классификационная структура.

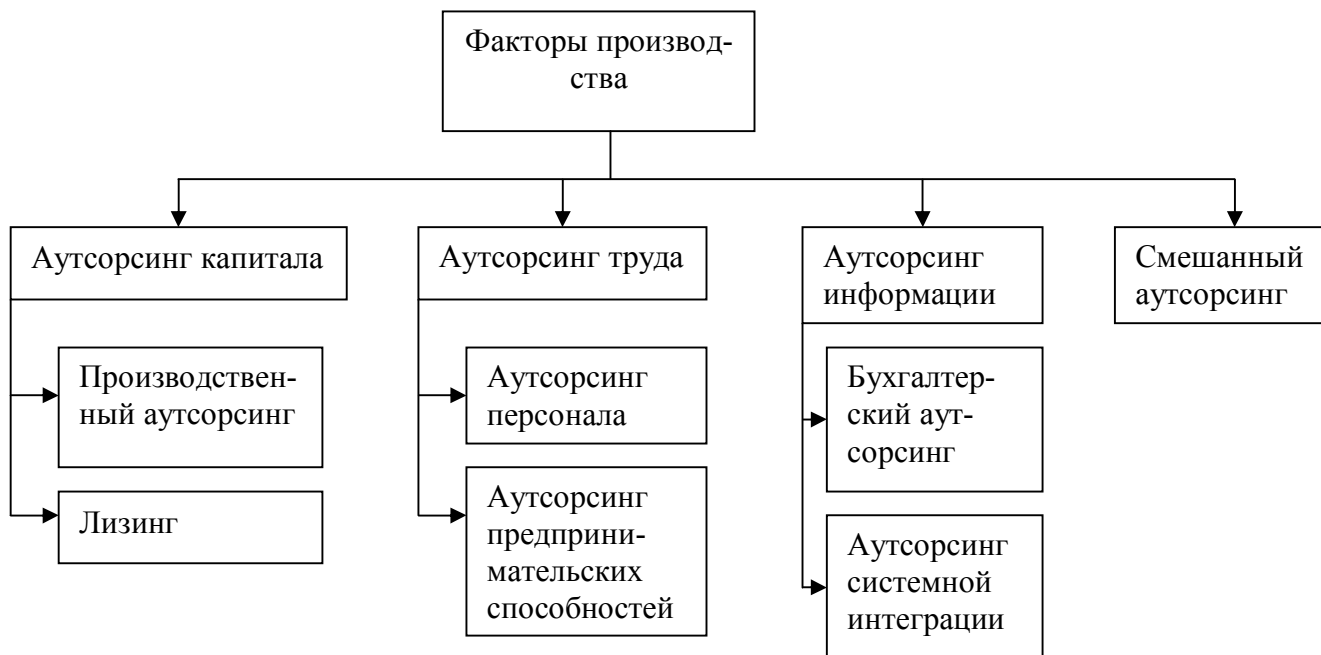


Рис. 4 – Экономическая классификация аутсорсинга

Несмотря на различные подходы к формированию классификаторов, которые ранее были рассмотрены в данной статье, открытым остается вопрос о создании единой системы классификации. С этой целью нами разработана фасетная классификация аутсорсинга (см. рис. 6). Рассмотрим процесс её формирования более детально. Основой является параллельное разделение множества признаков на независимые классификационные группы, которые образуются путем комбинации отличительных характеристик. Таким образом, фасет – комбинация зависимых между собой признаков одного объекта (см. рис. 5).

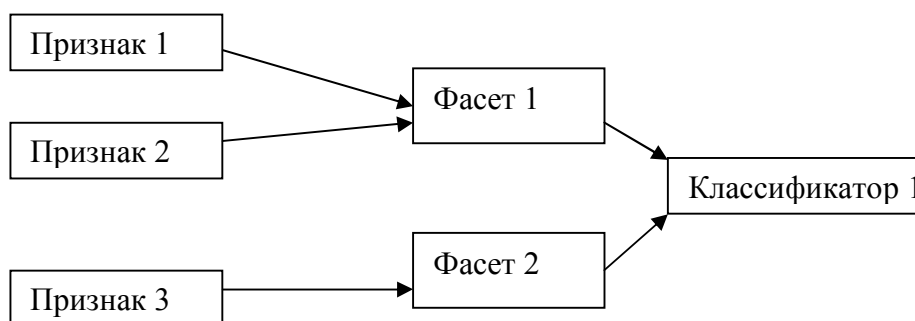
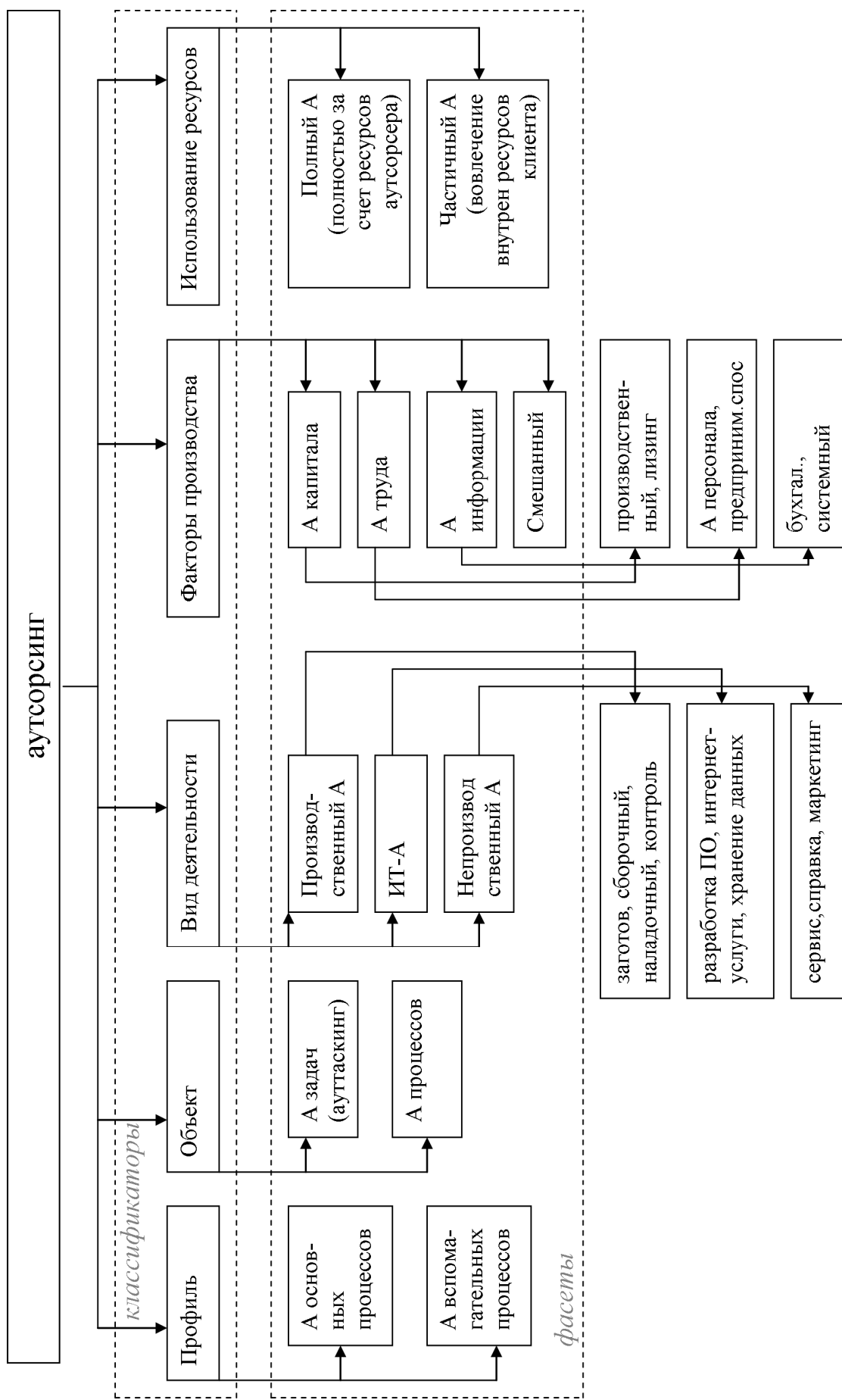


Рис. 5 – Схема формирования фасетного метода



А - аутсорсинг

Рис. 6 – Фасетная классификация аутсорсинга

Следует отметить условия, которым отвечают разработанные классификаторы:

1. Состав признаков одного фасета не повторяется в других фасетах этого же класса;
2. Фасеты одного класса не исключают фасетов другого класса.

Предложенная в данной статье классификация аутсорсинга обладает рядом преимуществ. Основным из них является гибкость структуры построения фасетов. Следует отметить и быструю адаптацию, относительную независимость фасетов, т.к. изменения в одном из них не оказывают существенного влияния на остальные. Таким образом, при использовании предложенной классификации становится возможной комплексная оценка форм аутсорсинга, т.е. одновременно с учетом организационного и экономического аспектов деятельности.

Список литературы: 1. Кутуева Д.З. Аутсорсинг: новая концепция в проектировании бизнес-процессов компании. 2. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. – М.: Изд-во «Дело», 2003. 3. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. 4. http://fictionbook.ru/author/boris_aleksandrovich_anikin/autsorsing_i_autstaffing_viysokie_tehnol/read_online.html?page=5 5. <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=22081>

Поступила в редколлегию 20.04.2011

УДК 330.33.01(477) (045)

Н.В. ГУРІНЕНКО, НТУ «ХПІ», Харків

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена проблемі дослідження сучасного фінансового стану підприємств машинобудування України та аналізу стану галузі в цілому із застосуваннями методики дослідження ефективності діяльності та фінансової стійкості підприємства.

Статья посвящена проблеме исследования современного финансового состояния предприятий машиностроения Украины и анализа состояния области в целом с применением методики исследования эффективности деятельности и финансовой стойкости предприятия.

The article focuses on the study of modern financial engineering enterprises of Ukraine and analysis of the industry as a whole using the methods of research performance and financial sustainability of the enterprise.

Постановка проблеми. Існує два підходи до оцінки фінансової стійкості підприємства – це якісні і кількісні методи. Головною проблемою є те, що основна маса цих методів є розробками західних економістів. Вони створювались

для західних компаній. Вітчизняні ж аналітики намагаються використовувати їх в оригінальному вигляді, аналізуючи підприємства України, тому досить часто отримують результати, що не в повній мірі відповідають реальному їх становищу, тобто не враховується специфіка економічної системи України. І, якщо в якісних методиках, досить лише трохи уточнити ряд критеріїв і скорегувати оцінні ваги, то в області кількісних труднощі набагато більш серйозніші. Основні недоліки сконцентровані не в самому розрахунку коефіцієнтів, а в нормативно закріплених орієнтирах для них. Тобто існують деякі межі, перебування в яких того чи іншого коефіцієнта вважається нормою для підприємства, однак дані нормативи розраховувалися для країн з розвиненою ринковою економікою. В умовах України їх використання може бути недостатньо аргументованим. Крім того не враховуються галузеві особливості, що можуть просто кардинально змінювати оцінку того ж самого фінансового коефіцієнту в залежності від того, у якій галузі народного господарства функціонує підприємство. На наш погляд, принаймні в досить мінливих економічних умовах України, нормативи коефіцієнтів повинні переглядатися щонайменше раз у п'ять років, доти поки економіка й економічні умови не стабілізуються.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам фінансового аналізу підприємства присвячено багато наукових праць, це, зокрема, роботи Балабанова І.Т., Крамаренко Г.О., Савчука В.П., Шеремета А.Д., К. Уолта, інших, що стосується діагностики фінансової стійкості, то дане питання є менш висвітленим, тим не менш воно знайшло своє відображення в працях Лернера Ю.І., Ковальова О.П., Яріш О.В.

Мета та завдання статті. Мета дослідження полягає в дослідженні сучасного фінансового стану підприємств машинобудування України та аналізу стану галузі в цілому із застосуваннями методики дослідження ефективності діяльності та фінансової стійкості підприємства.

Основна частина. Для виконання поставлених задач нами були відібрані дані по 80 підприємствам з 7 підгалузей машинобудування України. Для того, щоб дані й отримані результати були досить об'єктивними і статистично значи-

мими, ми взяли форми фінансових звітностей (баланс, звіт про фінансові результати) підприємств за період у 4 роки. Отже, загалом базою аналізу виступило більше 500 річних форм звітності підприємств України, що дозволяє розраховувати на достатній ступінь достовірності результатів і їх відповідність загальній ситуації в Україні.

Теорія й практика для цілей оцінки фінансового стану підприємства в основному виділяє чотири рівні показників, які можна рекомендувати для практичного застосування:

Рівень 1. Рентабельність підприємства;

Рівень 2. Ринкова стабільність підприємства;

Рівень 3. Ліквідність балансу підприємства;

Рівень 4. Платоспроможність підприємства.

Розглянемо детальніше аналіз показників, що входять до кожного з цих рівнів (табл.1, табл.2).

Таблиця 1 – Середні значення ключових коефіцієнтів ефективності діяльності за галузям промисловості України

Галузь промисловості/ Назва коефіцієнту	Коефіцієнт зносу основних засобів	Фондовіддача основних засобів	Рентабельність активів	Коефіцієнт оборотності активів
Машинобудування в цілому	0.48	2,77	0,01	1,16
Важке машинобудування	0.52	1,56	0,04	0,72
Енергомашинобудування	0.51	0,94	-0,02	0,37
Хімічне машинобудування	0.61	2,75	0,04	0,96
Суднобудування	0.58	2,94	0,9	1,01
Ремонт машин та обладнання	0.55	1,64	0,06	0,75
Транспортне машинобудування	0.19	1,18	0,07	0,84
Нормативні значення	Менше 0,5	більше 0	більше 0,05	більше 0

Таблиця 2 – Середні значення ключових коефіцієнтів фінансової стійкості за галузям промисловості України

Галузь промисловості. Назва коефіцієнту	Коефіцієнт покриття загальний	Коефіцієнт співвідношення позикових і власних засобів	Коефіцієнт платоспроможності	Коефіцієнт фінансової стійкості
Машинобудування в цілому	1.08	1.41	1.02	1.10
Важке машинобудування	1.56	0.39	1.09	3.44
Енергомашинобудування	1.67	1.03	0.94	1.78
Хімічне машинобудування	1.45	1.32	1.07	2.07
Суднобудування	1.56	0.97	1.10	2.19
Ремонт машин та обладнання	0.84	1.79	0.95	0.70
Транспортне машинобудування	2.17	0.24	1.06	4.46
Нормативні значення	1.0-1.5	менше 1	більше 1	більше 1

Розкид середніх значень коефіцієнтів по галузях досить значний, що підтверджує наше припущення про необхідність розрахунку середньогалузових значень, а не тільки середніх показників по всій промисловості України в цілому. Частина коефіцієнтів укладається в нормативні значення, але основна їх маса, як і передбачалося нами, відрізняється від них у кращу, але частіше в гіршу сторону. Зараз проаналізуємо кожний з коефіцієнтів окремо. Почнемо з коефіцієнту зносу основних засобів. Більшість підприємств України (за винятком підприємств легкої промисловості України) перевищує чи знаходиться в критичній зоні значень щодо нормативу даного показника. Підприємства машинобудування зносили свої основні фонди більш ніж на половину (по окремих підприємствах цей показник перевищує 70-80%), що є без сумніву негативним явищем. Єдиною із семи аналізованих підгалузей, у якій ситуація зі зносом основних засобів далека від критичної є транспортна промисловість. Галузевий аналіз основних фінансово-економічних коефіцієнтів показав, що на сьогоднішній день в аналітиків дуже перекручений і неточний інструментарій аналізу. Це стосується не логіки розрахунку коефіцієнтів або ж економічного змісту нормативних значень того чи іншого показника, а саме реальних середніх значень коефіцієнтів, тобто реальної ситуації на підприємствах України).

По більшості з розглянутих нами показників реальні середні значення по галузях відрізняються від рекомендованих нормативних значень, тобто на загальному тлі підприємство може мати відносно стійке фінансове положення і вести досить (з погляду галузі) ефективну діяльність. У той час як існуючі нормативи будуть характеризувати його фінансовий стан як негативний, що, в свою чергу, може позначитися на взаєминах із кредиторами, контрагентами, інвесторами і т.д. Тобто при здійсненні фінансово-економічного чи порівняльного аналізу діяльності підприємства необхідно враховувати галузевий фактор, або, принаймні, мати його на увазі. Пропоноване нами сполучення "класичних" нормативних значень із середніми показниками в розрізі галузей дозволить зробити фінансово-економічний аналіз більш об'єктивним і точним. Значний розкид значень коефіцієнтів по окремих галузях обумовлює досить широкий типовий діапазон, що робить дещо розмивчастим представлення про ліміти коливання показника, в котрих та чи інша зміна не буде трактуватись як погіршення фінансового стану чи невідповідність його нормативним значенням.

Розглянуті нами вище фінансово-економічні показники, навіть з урахуванням наших рекомендацій, дають усе-таки лише розрізнену і часткову оцінку фінансового стану підприємства. З однієї сторони при використанні досить великої кількості коефіцієнтів з'являється можливість максимально різнобічно проаналізувати діяльність підприємства і його поточне, а можливо і майбутнє фінансове становище. З іншого боку, велика кількість фінансових показників значно ускладнює роботу аналітиків, а також може створити деяку "розпливчастість" загальної картини в результаті суперечливих сигналів від різних показників.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Середні значення основних фінансово-економічних показників по промисловості України в цілому знаходяться не дуже далеко від рекомендованих нормативних значень, хоча основна їх маса перебуває в критичних зонах чи перевищує їх. Найбільш «слабкими місцями» є коефіцієнти зносу основних засобів, рентабельності активів та коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів.

Список літератури: 1. Управління фінансовою санацією підприємства: Навчальний посібник / С.Я. Салига, О.І. Дацій, Н.В.Нестеренко, О.В.Серебряков. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 240 с. 2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретично-методологічні засади та практичний інструментарій. – К.: Київ. Нац. торг. екон. ун-т, 2001. – 580 с. 3. Методи оцінювання і планування економічних показників діяльності підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / І.Б. Олексів / Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Л., 2003. – 18 с.: рис., табл. – укр. 4. Планування економічної безпеки підприємств в умовах ринкової економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Т.Б. Кузенко; Європ. ун-т фінансів, інформац. систем, менеджменту і бізнесу. – К., 2004. – 18 с.: рис. – укр. 5. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с. 6. Фінансова стійкість підприємств торгівлі та її забезпечення в умовах трансформації національної економіки: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.04.01 / І.М. Бурденко; Укр. акад. банк. справи. – Суми, 2002. – 19 с. – укр.

Надійшла до редколегії 25.04.11

УДК 338.48: 658.114

А.Б. ГУР'ЯНОВ, канд. екон. наук, Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури

Д.А.ТЕРЕЩЕНКО, канд. наук з держ. упр., Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури

СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розкрито сутність стратегічного управління. Висвітлено зміст стратегічного планування з позицій ситуаційного підходу до управління підприємством.

Ключові слова: стратегія, стратегічне планування, стратегічне управління, ситуаційний підхід

В статье раскрыто сущность стратегического управления. Освещено содержание стратегического планирования с позиций ситуационного подхода к управлению предприятием.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое планирование, стратегическое управление, ситуационный подход.

The paper reveals the essence of strategic management. Covered the content of the strategic planning in the context of the situational approach to the management of the enterprise.

Key words: strategy, strategic planning, strategic management, situational approach.

Постановка проблеми. В умовах ринкової системи, що склалася в Україні, теорія і практика стратегічного управління не набула належного значення і практичного застосування. Поряд з цим, подальший розвиток підприємств України, структурна перебудова господарства та інші зміни потребують нових підходів до управління. Одним із таких нових підходів є методологія ситуаційного підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стратегічного управління підприємством висвітлені у працях таких науковців, як: В. Василенко,

А. Наливайко, В. Немцов, С. Оборська, С. Покропивний, А. Семенов, З. Шершньова [1-6] та ін.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Проте, низка теоретико-методологічних та прикладних аспектів зазначеної проблематики, зокрема, формування моделі стратегічного управління є недостатньо розробленою. Особливо актуальною є формування такої моделі стратегічного управління підприємством, що міститиме механізм коригування впливу непередбачуваних змін зовнішнього середовища.

Постановка завдання. Мета статті – розкрити теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємстві та запропонувати модель стратегічного управління підприємством з позицій ситуаційного підходу.

Виклад основного матеріалу. Стратегія – це вибір, врахування і взаємозв'язок шляхів, ситуацій і засобів, необхідних для досягнення головної мети. Стратегію варто розглядати як узагальнюючу концепцію дій досягнення цілей. Стратегічне управління розглядають як динамічну сукупність взаємопов'язаних управлінських процесів: управління маркетингом, персоналом, фінансовими ресурсами і фінансовими відносинами, використанням інвестицій, впровадженям інновацій та ін. Завдання стратегічного управління полягає в пошуку шляхів для покращання, як функціональних стратегій (маркетинг, PR, фінанси та ін.), так і загальної стратегії підприємства і контролю за її виконанням.

Аналіз дефініції стратегічного управління у публікаціях [2-4] дозволяє зробити декілька висновків.

По-перше, стратегічне управління передбачає узгодження „зовнішніх” умов функціонування підприємства з його „внутрішніми” можливостями. По-друге, стратегічне управління є своєрідною технологією реалізації цілей підприємства шляхом впровадження керуючих дій, тому забезпечує переведення організації з її наявного стану у бажаний. По-третє, основним завданням стратегічного управління слід визнати забезпечення прибутковості та неповторності підприємства, що позначається на рівні його конкурентоспроможності у середовищі собі подібних. По-четверте, реалізація основного призначення стратегічного управління щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства

передбачає визначення необхідних ресурсів та забезпечення їх ефективного використання з урахуванням умов та вимог конкретних ситуацій.

Реалізація ефективної стратегії управління підприємством можлива лише в тому разі, коли підприємство є стратегічно орієнтованим. Стратегічно орієнтоване підприємство – це таке підприємство, у якому персонал має стратегічне мислення, використовується система стратегічного планування, що дає можливість розробляти та використовувати інтегровану систему стратегічних планів. На думку фахівців стратегічного менеджменту, зокрема З. Шершньової, С. Оборської, стратегічне планування, як явище та процес передбачення майбутнього та підготовки до майбутнього, трактується досить широко: як інтегральний процес підготовки та прийняття рішень певного типу, як формулювання цілей та визначення шляхів їхнього досягнення, як забезпечення підготовленості економічних об'єктів для конкурентної боротьби на ринках тощо [1, с. 24]. С.Ф. Покропивний констатує, що „найважливішою ознакою стратегічного планування є його спрямованість на довгострокові цілі. Це процес здійснення сукупності систематизованих і взаємоузгоджених робіт з визначенням довгострокових цілей і напрямів діяльності підприємства [2, с. 312]”.

Переваги стратегічно орієнтованих підприємств полягають у наступному: зменшення до мінімуму негативних наслідків змін, що відбуваються, а також факторів „невизначеності майбутнього”; можливість врахувати об'єктивні (зовнішні та внутрішні) фактори, зосередитися на вивченні цих факторів, сформулювати відповідні інформаційні банки; можливість одержати необхідну базу для розробки рішень, полегшити роботу із забезпечення довго- та короткострокової ефективності; можливість зробити організацію більш керованою, оскільки за наявності системи стратегічних планів є можливість порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями (плановими завданнями); забезпечення динамічності змін за допомогою прискорення практичних дій із реалізації стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю й аналізу тощо [3, с. 114].

Вихідними даними для розробки стратегії загального управління є:

- загальні цілі, стратегії та критерії розвитку підприємства, конкретизовані для кожної з підсистем управління;
- аналітичні матеріали для дослідження системи управління організаційного діагнозу, техніко-економічні розрахунки щодо різних напрямів і можливостей розвитку організаційної системи;
- законодавчі документи, норми та нормативи для побудови системи управління підприємств різного типу [4, с. 480].

На думку А.Г. Семенова стратегічне управління передбачає визначення місії, цілей і стратегій, розробку та забезпечення виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних орієнтирів для вдосконалення підприємства, його окремих підсистем, забезпечення його конкурентоспроможного існування в довгостроковій перспективі [5, с.116].

М. Мескон та ін. вважають, що процес стратегічного управління має складатися з дев'яти етапів: вибору місії фірми; формулювання цілей фірми; управлінського обстеження внутрішніх сильних і слабких сторін; вибору стратегії; реалізації стратегії; управління і планування, реалізації і контролю реалізації стратегічного плану; оцінки стратегії [6, с.157].

У побудову обґрунтованої послідовності дій при формуванні системи стратегічного управління зробили значний внесок З. Шершньова і С.Оборська [1]. Запропонована ними концептуальна схема стратегічного управління підприємством відрізняється від раніше запропонованих моделей розширеним, коректним і чітким описом складових кожного етапу. Серед останніх виділяють такі: 1) концепція; 2) діагноз (сильних і слабких сторін підприємства); 3) формування цілей підприємства; 4) вибір стратегії; 5) розробка системи планів, проектів і програм розвитку підприємства; 6) стратегічний контроль.

А. Томпсон і Д. Стрікланд розглядають п'ять взаємозалежних завдань, що становлять основу створення і реалізації стратегії фірми [7, с.44]: визначення сфери діяльності і формування стратегічних установок; постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення; формулювання стратегії для досягнення накреслених цілей і результатів діяльності виробництва; реалізація стратегічно-

го плану; оцінка результатів діяльності і зміна стратегічного плану.

Таким чином, узагальнюючи все вищевикладене, стратегічне управління підприємством з позицій системного підходу можна представити у вигляді складної багатогранної моделі (рис. 1).

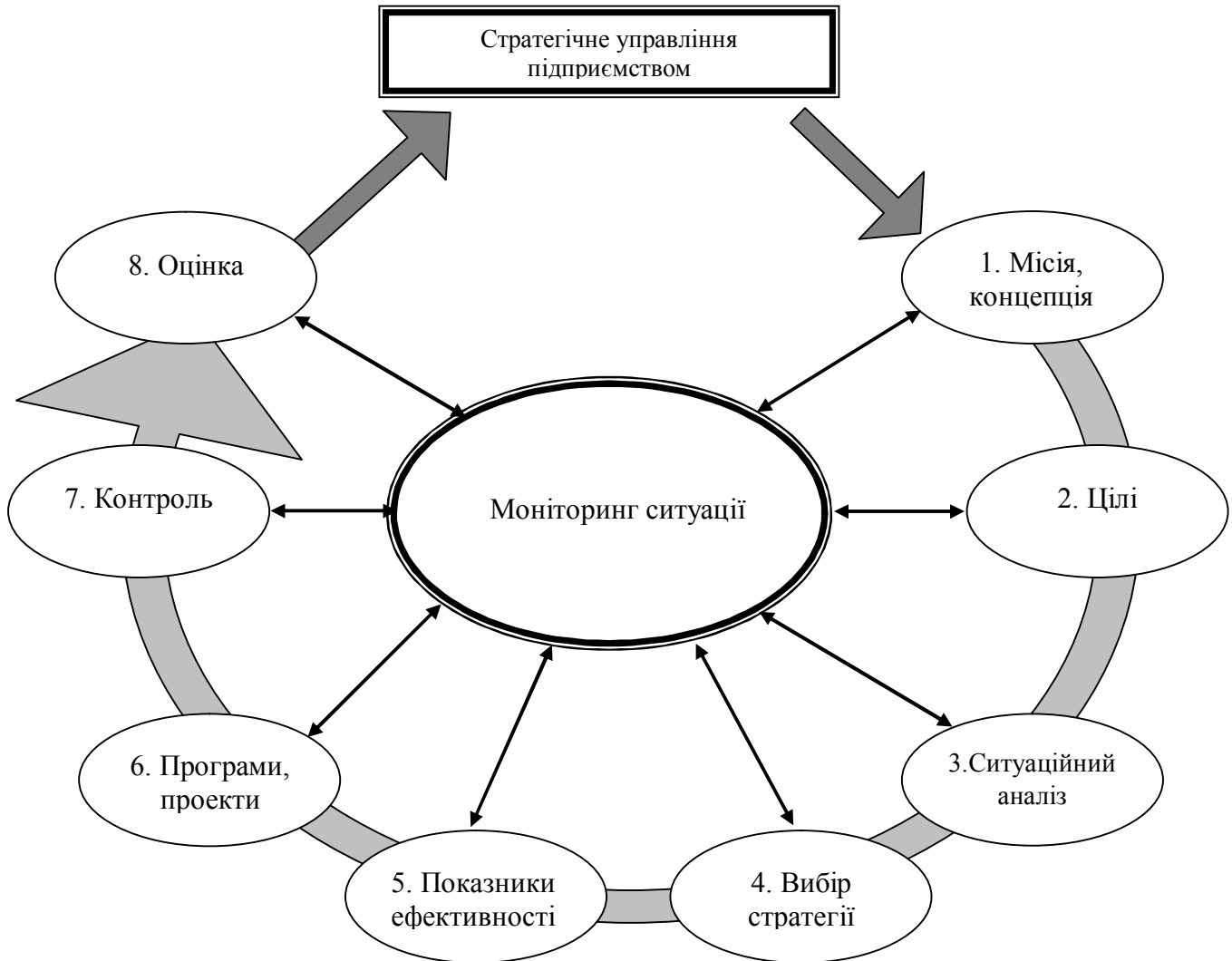


Рис. 1 – Модель стратегічного управління підприємством

Судячи з наведеної моделі, можна стверджувати, що стратегічне управління являє собою процес визначення шляхів досягнення поставлених цілей, організації ефективних управлінських процесів в організації, передбачення різних ситуацій (зокрема критичних).

Висновок Виходячи з наведеного, слід визнати, що за умов нового (пост-індустріального, інформаційного за природою явищ та процесів) етапу у розвитку сучасної економіки у справі досягнення підприємствами довгострокового

успіху на перший план виходять проблеми формування стратегічних цілей з позицій ситуаційного підходу до управління підприємствами. Саме ситуаційний підхід забезпечує організацію стійкими конкурентними перевагами та економічними вигодами у досягненні її стратегічних цілей.

Список літератури: 1. *Шершньова З.Є.* Стратегічне управління [Текст] / З.Є. Шершньова, С.В.Оборська; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 1999. – 384 с. 2. Економіка підприємства [Текст] / за заг. ред. С.Ф.Покропивного. – [Вид. 2-ге, перероб. та доп.] – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с., 3. *Семенов А.Г.* Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: Монографія [Текст] / А.Г.Семенов, О.О. Єропутова, Т.В.Перекрест, А.В.Линенко. – Запоріжжя: КПУ, 2008. – 188 с. 4. *Нємцов В.Д.* Стратегічний менеджмент [Текст] / В.Д. Нємцов, Л.Є.Довгань. – К.: ТОВ “УВПК” “Екс Об”, 2001. – 559 с. 5. *Семенов А.Г.* Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: Монографія [Текст] / А.Г.Семенов, О.О. Єропутова, Т.В.Перекрест, А.В.Линенко. – Запоріжжя: КПУ, 2008. – 188 с. 6. *Мескон М.* Основы менеджмента [Текст] / М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури. – М.: Дело, 1992. – 557 с. 7. *Василенко В.А.* Стратегічне управління [Текст] / В.А.Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.

Надійшла до редколегії 25.05.11

УДК 375.8

Т.В. ДАНЬКО, доцент, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків,
А.А. БЄЛОМИТЦЕВА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ПРИ ДІАГНОСТИЦІ КАНАЛУ РОЗПОДІЛУ

У статті розглянуто п'ять основних логістичних моделей, які можуть використовуватися для підвищення ефективності керування каналом розподілу. Виявлені їхні переваги й недоліки, а також визначені ситуації, у яких вони можуть бути використані.

В статье рассмотрены пять основных логистических моделей, которые могут использоваться для повышения эффективности управления каналом распределения. Вывявлены их достоинства и недостатки, а также определены ситуации, в которых они могут быть использованы.

In this article five main logistic models, that can be used for the efficiency improvement in the supply chain management are described. Their main advantages and disadvantages, situations when these models can be used is revealed.

Актуальність. У сучасному глобалізованому світі ефективне управління каналом розподілу стає ключовим фактором для досягнення успіху в бізнесі. Різні компанії зараз починають розуміти, що виробництво, дистрибуція, стосунки з постачальниками та споживачами зараз повинні бути налагоджені як єдиний інтегрований процес. Тільки у цьому випадку компанія може вести бізнес, ефективно використовуючи усі наявні ресурси.

Одним з інструментів, який використовується в ході діагностики каналу розподілу, є застосування логістичних моделей для відображення усіх процесів та елементів каналу.

Актуальність цієї теми полягає у тому, що логістичні моделі допомагають виявити усі недоліки та слабкі елементи у каналі розподілу, відобразити наглядно його структуру, продіагностувати стан каналу та швидко знайти вирішення існуючих проблем.

Мета. Метою цієї роботи є аналіз та порівняння п'яти основних логістичних моделей, виявлення їх недоліків та переваг, та визначення можливих ситуацій, в яких може використовуватися та чи інша модель.

Огляд літератури. Для кожної компанії одним з ключових питань доведення товарів до споживача є проектування для різних видів продукту каналу розподілу, який іноді називають каналом маркетингу.

Під каналом розподілу розуміється ряд організацій чи окремих осіб, включених в процес, що робить продукти доступними для використання або споживання індивідуальними споживачами або окремими організаціями; це шлях, по якому товари рухаються від виробника до споживача [1].

У залежності від розмірів, потужності підприємства-виробника, різноманітності продукції та інших факторів, товаропровідна мережа може складатися з одного, декількох і безлічі каналів розподілу, причому різні канали розподілу товарів можуть відрізнятися за структурою, типами торгових посередників і проміжних складів, способами доставки вантажів, видами транспорту і т.д. Сукупність каналів розподілу називається розподільчою мережею.

Використання каналів розподілу надає виробникам певні переваги:

- Економія коштів на розподіл продукції;
- Можливість вкладення зекономлених засобів в основне виробництво;
- Продаж продукції більш ефективними способами;
- Висока ефективність забезпечення широкої доступності товару і доведення його до цільових ринків;
- Скорочення обсягу робіт по розподілу продукції.

Обрані канали безпосередньо впливають на швидкість, час, ефективність переміщення та зберігання продукції при її доставці від виробника до кінцевого споживача [2].

Так як головне завдання маркетингового каналу – доведення товару до споживача та забезпечення його широкої доступності, спеціаліст з маркетингу повинен добре орієнтуватися в потребах і запитах цільових споживачів. Зазвичай виділяють п'ять основних критеріїв, що визначають рівень сервісу елементів каналу [3]:

- Розмір партії. Кількість одиниць товару, яку може придбати звичайний покупець при одній покупці.

- Час очікування. Середній час, протягом якого споживачам доводиться чекати отримання товару. Зазвичай покупці віддають перевагу каналам, що відрізняються високою швидкістю доставки.

- Зручність розташування. Ступінь, в якій маркетинговий канал полегшує споживачеві здійснення покупки.

- Різноманітність товарів. Широта товарного асортименту, забезпечуваного маркетинговим каналом. Як правило, споживачі віддають перевагу широкому асортименту, що підвищує можливість вибору і придбання необхідного продукту.

- Допоміжні послуги. Додаткові послуги, забезпечувані каналом (надання кредиту, доставка товару, установка, ремонт). Чим більше допоміжних послуг, тим вище ефективність каналу.

На підставі вимог споживачів до послуг, який забезпечується каналом розподілу, компанія може ставити цілі і завдання каналу, орієнтованого на певну цільову групу.

Найбільш складні проблеми виникають при перегляді стратегії розподілу компанії в цілому. З часом канали неминуче застарівають, і розрив між діючою і ідеальною, здатною задовольнити всі потреби і бажання споживачів (і виробників) системою розподілу постійно зростає [2].

Існують різні моделі, що дозволяють відобразити процеси, які відбуваються усередині каналу, проаналізувати їх ефективність, внести зміни і корегування. Багато вчених займаються розробкою даних моделей.

Одними з основних є наступні п'ять логістичних моделей:

- Модель симуляції;
- Динамічна логістична модель для оптимальної доставки;
- Змішана модель транспортування та вартості запасів;
- Логістична блочна модель;
- Модель SCOR.

Модель симуляції дозволяє порівнювати різні альтернативи без зміни всієї системи, надає повний вигляд каналу розподілу за допомогою елементарної графіки [4].

Динамічна логістична модель для оптимальної доставки надає можливість розробляти різні схеми функціонування для кожного сегменту логістичної системи [5].

Змішана модель транспортування та вартості запасів дозволяє розрахувати відхилення, пов'язані зі зміною в обсягах транспортування та економічні вигоди [6].

Логістична блочна модель дозволяє проектувати канал розподілу як систему з взаємопов'язаних елементів та оцінювати ефективність їх функціонування [7].

Модель SCOR відображає усі взаємодії покупців, від подачі замовлення до його оплати, та усі стадії, які проходить продукт у каналі розподілу [8].

Згідно з порівняльною характеристикою, наведеною у таблиці 1, можна зробити висновок, що кожна модель має свої недоліки та переваги. Тобто не має можливості виділити найкращу та найгіршу модель, тим більш, що у кожній конкретній ситуації ефективніше буде використовувати зовсім різні моделі, зважаючи на поставлені цілі аналізу.

У таблиці 1 представлена порівняльна характеристика п'яти основних логістичних моделей.

Таблиця – Порівняльна характеристика логістичних моделей управління каналом розподілу

Назва моделі	Переваги моделі	Недоліки моделі
Модель симуляції	- Дозволяє порівнювати різні альтернативи без зміни основної системи - Дозволяє зрозуміти повну систему за допомогою графіки - Дуже проста у використанні	- Не відображає усі процеси каналу розподілу - Відображає лише матеріальний потік
Динамічна логістична модель для оптимальної доставки	- Дозволяє створювати динамічні канали розподілу - Розробка окремої моделі для кожного сегмента логістичної системи - Надає дуже наглядне графічне представлення логістичної системи компанії	- Не відображає ніякі потоки у логістичній системі, окрім матеріального - Складна у використанні
Змішана модель транспортування та вартості запасів	- Дозволяє розраховувати відхилення, пов'язані зі зміною обсягів транспортування та ціни - Вираховує економічні переваги	- Не надає графічного відображення каналу розподілу - Потребує спеціальної комп'ютерної програми
Логістична блочна модель	- Дозволяє проектувати канал розподілу як систему з взаємопов'язаних елементів - Дозволяє оцінювати ефективність та покращувати канал розподілу - Надає наглядне представлення логістичної системи	- Не відображає усі потоки у каналі розподілу
Модель SCOR	- Відображає усі взаємодії покупців, від подачі заказу до оплати - Відображає усі стадії, які проходить продукт у каналі розподілу	- Складна у використанні - Потребує спеціальну комп'ютерну програму

Модель симуляції може використовуватися на невеликих підприємствах, де канал розподілу складається з невеликої кількості елементів. Усі інші моделі можуть використовуватися на великих підприємствах, тому що вони дозволяють відображати багато елементів каналу та усі зв'язки між ними. Можна також зазначити, що змішана модель транспортування та вартості запасів може бути застосована для визначення економічних переваг, тобто завдяки цій моделі можливо розрахувати різні показники ефективності функціонування каналу розподілу. Модель SCOR є універсальною моделлю тому, що має багато опцій та дозволяє відображати як великі, так і менші канали розподілу.

Висновок. Канал розподілу є одним з інструментів, які визначають ефективність функціонування логістичної системи компанії. Адекватне проектування каналів дозволяє полегшити процес діагностики та вдосконалення всієї системи. Також, правильне управління каналами розподілу є важливим елементом логістичної діяльності підприємства тому, що це дозволяє мінімізувати витрати на доставку товарів кінцевому споживачу, таким чином збільшуючи прибуток.

Важливо зазначити, що використання моделей в управлінні та діагностиці каналів розподілу відіграє дуже важливу функцію, адже завдяки цьому можна наглядно відобразити канал розподілу, усі його складові, та побачити, де існують проблеми або у яких точках каналу ресурси використовуються неефективно.

У даній статті було розглянуто п'ять основних логістичних моделей.

Найбільш оптимальною для використання була визнана модель SCOR, усі недоліки цієї моделі можливо компенсувати за допомогою інших моделей.

Для апробації на рівні підприємства пропонується використовувати модель SCOR у комбінації з іншими моделями в залежності від мети діагностики.

Список літератури: 1. *Е.П. Голубков* «Основы маркетинга», Москва, 1999, 499 с. 2. *Ф. Котлер* «Маркетинг менеджмент», Санкт-Петербург, 2006, 466 с. 3. *Louis O. Backlin*, Competition and Evolution in the Distributive Trade 4. SUPPLY CHAIN MODELING USING SIMULATION YOON CHANG AND HARRIS MAKATSORIS 5. Dynamic logistics model for optimal delivery, Sutanto Soehodho 6. Intermodal Transportation and Inventory Cost Model (ITIC-IM), U.S. Department of Transportation, Federal Railroad Administration 7. Prof. Dr. h. c. *Wolfgang Kersten*/ MSc. Mayolo Lopez, Hamburg University of Technology 8. Supply Chain Excellence: A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model, 278p

Надійшла до редколегії 19.04.11

УДК № 336

О.С. ДРУГОВА, асистент, НТУ «ХПІ», Харків,
Г.В. КЛИМЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ», Харків

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗЕД

У роботі розглянуті фактори та причини, які впливають на забезпечення фінансової стійкості на підприємстві – суб'єкті ЗЕД.

Ключові слова: підприємство, фінансова стійкість, фінансовий стан, фактори фінансової стійкості.

В работе рассмотрены факторы и причины, влияющие на обеспечение финансовой устойчивости на предприятии-субъекте ВЭД.

Ключевые слова: предприятие, финансовая стойкость, финансовое состояние, факторы финансовой стойкости.

Factors and reasons, influencing on providing of financial stability on an enterprise-subject VED, are in-process considered.

Keywords: enterprise, financial firmness, financial state, factors of financial firmness.

Постанова проблеми. Сучасні проблеми глобалізації світового економічного розвитку не оминають і Україну, яка поступово інтегрується до міжнародної економіки. Основним суб'єктом сучасних міжнародних економічних відносин є підприємство як ключова ланка ринкової економіки. Фінансова стійкість підприємства є важливою і невід'ємною частиною діяльності підприємства, яка за ефективного використання всього її потенціалу здатна позитивно впливати на ефективність виробництва, його технічний рівень, якість продукції та фінансові результати.

Вихід підприємств на зовнішні ринки сприяє пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, формування економіки відкритого типу. Саме тому фінансова стійкість підприємства є суттєвим чинником підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні мікроекономіки, так і в масштабах усього народного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство, яке є прибутковим і фінансово стійким, має перспективи стабільного економічного зростання. Підприємство, яке є прибутковим, але не є фінансово стійким, найбільш ймовірно в майбутньому матиме фінансові проблеми, зумовлені нестачею коштів для здійснення поточних витрат, затримками в розрахунках із постачальниками-кредиторами та акціонерами, труднощами при погашенні банківських позик та емітованих підприємством боргових зобов'язань. Таким чином, головна умова ефективного функціонування підприємства в умовах ринкового середовища – стійкість.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Фінансову стійкість підприємства тісно пов'язано із перспективною його платоспроможністю, її аналіз дає змогу визначити фінансові можливості підприємства на відповідну перспективу [1].

Комерційна діяльність підприємства на зовнішньому ринку безпосередньо пов'язана з різноманітними факторами. Вони можуть бути як внутрішніми так і зовнішніми. Фінансова стійкість підприємства ЗЕД у більшій мірі залежить від факторів, які належать до зовнішнього середовища.

Термін "зовнішнє середовище" включає у себе різні аспекти: економічні умови господарювання; пануючі у суспільстві техніку й технології; платоспроможний попит споживачів; економічна, фінансова, кредитна політика законодавчої й виконавчої влади; соціальна й економічна ситуації у суспільстві тощо. Зазначені зовнішні фактори справляють вплив на всі аспекти виробничо-фінансової діяльності підприємства і, через них, на його, фінансову стійкість [2].

Зовнішні фактори впливу на фінансову стійкість підприємства ЗЕД можна ідентифікувати таким чином:

- 1) Економічні (податкова політика, рівень інфляції, конкуренція, інвестиційний клімат, стан економіки країни);
- 2) Соціально-політичні (соціально-політична стабільність, зовнішньоекономічна політика держави, ефективність економічних зв'язків, зміна умов експорту та імпорту, антимонопольна політика);
- 3) Фінансові (процентна ставка, кредитна політика, валютна політика, страхування підприємства);
- 4) Демографічні (чисельність та склад населення, рівень життя);
- 5) Науково-технічний прогрес (міжнародна конкуренція, інноваційний процес).

Як приклад забезпечення фінансової стійкості підприємства ЗЕД можна розглянути послідовність планування його фінансової стійкості. При розробці послідовності планування фінансової стійкості підприємства необхідно враховувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища в їх тісному взаємозв'язку, розподіл залучених підприємством фінансових ресурсів, обсягів фі-

нансових вкладень за конкретними напрямками діяльності підприємства, структурними підрозділами та проектами, що реалізуються підприємством.

Етап 1. Планування фінансового розвитку підприємства – суб'єкта ЗЕД

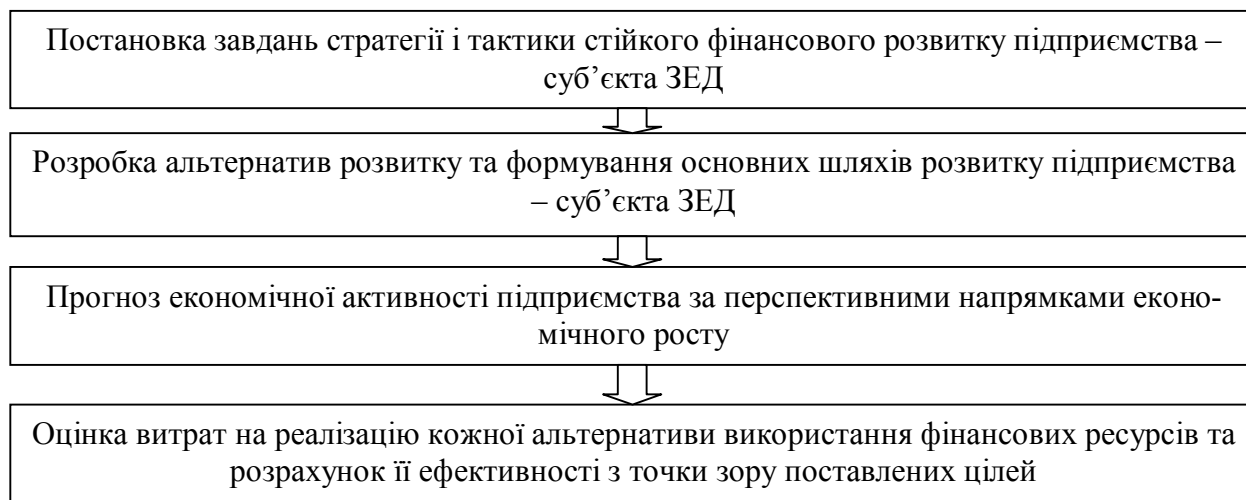


Рис. 1 – Планування фінансового розвитку підприємства – суб'єкта ЗЕД

На даному етапі проводиться постановка задач стратегії і тактики стійкого фінансового розвитку підприємства.

Встановлюються альтернативні шляхи розвитку і формулюються основні напрямки розвитку для подальшої роботи над ними (рис.1).

Етап 2. Аналіз фінансової стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД

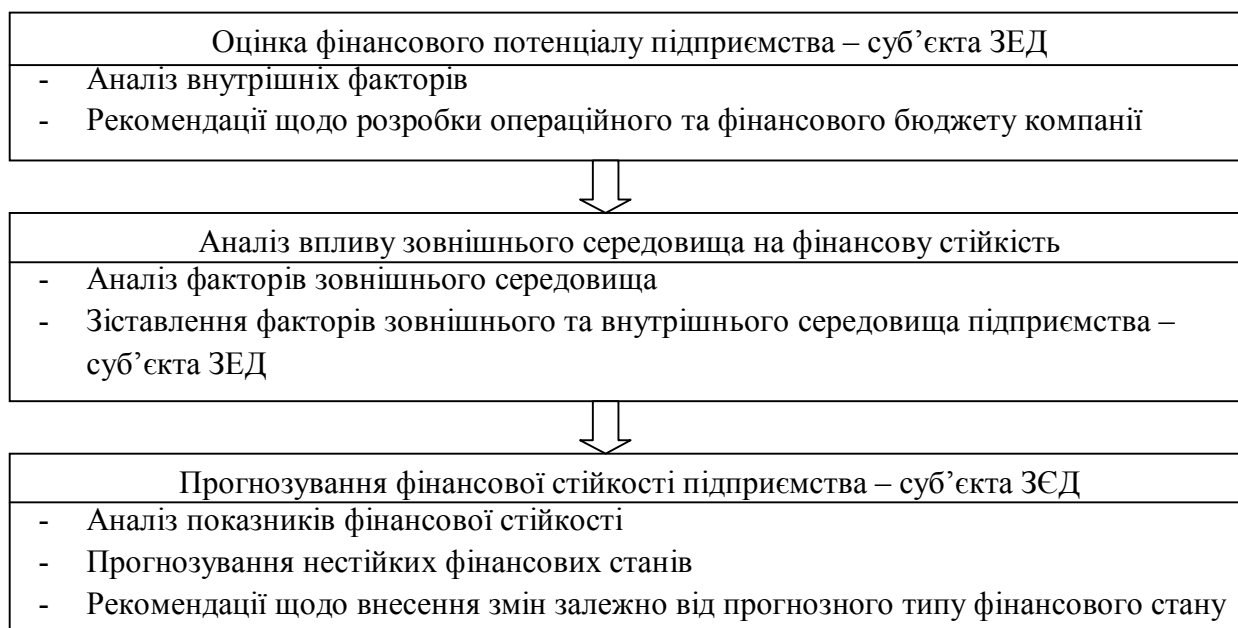


Рис. 2 – Аналіз фінансової стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД

Оцінка фінансового потенціалу підприємства. Здійснюється аналіз внутрішніх факторів – складових потенціалу підприємства. На даному етапі необхідно визначити наскільки цілеспрямовано, взаємоузгоджено та раціонально взаємодіють елементи фінансової системи між собою, наскільки раціонально організована сама система, її структура, тому що від цього залежить величина фінансового потенціалу, а отже, і наближення фінансової системи до стійкої рівноваги. Стан фінансової системи підприємства тим ближчий до стійкої рівноваги, чим більший потенціал підприємства.

Аналіз впливу зовнішнього середовища на фінансову стійкість. Значну увагу на даному етапі треба приділити фактору найбільш слабких елементів фінансової системи підприємства. Від прогнозу даного етапу вимагається виявлення основних обмежень у технологічній області, у відтворенні основного капіталу, у виробничо-організаційній, макро- та мікроекономічній, інституційній сферах і т.д. Необхідно проаналізувати, яким чином підприємство може успішно протидіяти зовнішнім факторам та реагувати на них, посилюючи позитивні наслідки у власному фінансовому стані.

Прогнозування фінансової стійкості підприємства. Проводиться комплексна оцінка фінансової стійкості підприємства та визначається тип фінансової стійкості за обраний період часу, а також можливі критичні точки розвитку фінансової системи. Важливою складовою методики оцінки та прогнозування фінансової стійкості являється чіткий розподіл дії планів стратегічних і оперативних заходів залежно від типу фінансового стану підприємства (рис. 2).

Етап 3. Розробка рекомендацій для управління фінансовими ресурсами підприємства – суб'єкта ЗЕД

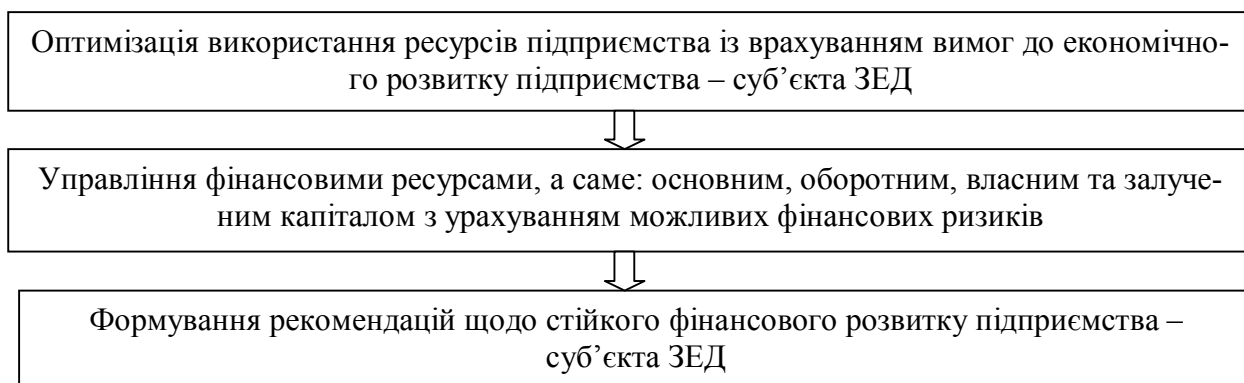


Рис. 3 – Розробка рекомендацій для управління фінансовими ресурсами підприємства – суб'єкта ЗЕД

Для підприємства управління фінансовою стійкістю може виступати важливим фактором підвищення ефективності його діяльності, тому що дозволяє оптимізувати процес використання різних видів ресурсів.

На даному етапі проводиться аналіз наявних можливостей запобігання фінансовій нестійкості на основі виконання вимог щодо економічного розвитку підприємства (рис. 3).

Таким чином, використання даної послідовності планування фінансової стійкості підприємства повинно забезпечити стійкий розвиток підприємства, фінансування різних видів діяльності підприємства із зовнішніх та внутрішніх джерел, а також раціональне використання фінансових ресурсів.

Висновки. Отже, фінансова стійкість важлива і невід’ємна частина діяльності підприємства – суб’єкта ЗЕД. Фінансово стійке підприємство має змогу вчасно здійснювати платежі, переносити непередбачені потрясіння, фінансувати свою діяльність, підтримувати абсолютну ліквідність та ефективність виробництва.

Забезпечення фінансової стійкості складається у 3 етапи, це дає змогу підприємству зібрати інформацію, яка надасть можливість прогнозувати майбутній фінансовий стан підприємства та запобігти негативним наслідкам діяльності.

Таким чином, для досягнення фінансової стійкості, підприємство повинно планувати фінансову діяльність та прогнозувати фінансові можливості підприємства на відповідну перспективу.

Список літератури: 1 *А.М. Поддєрьогін „Фінанси підприємства”*-К.:КНЕУ, 2004.-546с. 2 *Теорія фінансової стійкості підприємства. Монографія / за редакцією М.С. Заюкової.* — Вінниця:УНІВЕРСУМ, 2004. — 155 с. 3 *Кизим М.О.* Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства: Монографія/ М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копчак. — Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009.— 144 с.

Надійшла до редколегії 10.04.11

УДК 338

О.В. ЗАГРЕБАЛЬНА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ (TQM) НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В статті розглядається застосування методу загального управління якістю на українських підприємствах. Визначаються основні проблеми застосування цього методу в Україні. Зроблені висновки щодо найважливіших проблем та їх причин.

В статье рассматривается применение метода всеобщего управления качеством на украинских предприятиях. Определяются основные проблемы использования этого метода в Украине. Сделаны выводы относительно самых важных проблем и их причин.

In the article application of the total quality management method at the Ukrainian enterprises is examined. The main problems of using this method are defined. The conclusions about main problems and their reasons are made.

Актуальність дослідження. У 1946 р. американським вченим Едвардом Демінгом було розроблено принципи TQM. У більшості сучасних методів удосконалення бізнесу концепцію TQM взято за основу. Тому ці принципи мають велику актуальність і у наш час. Зараз проблемою впровадження TQM у своїй країні займаються серед українських науковців Л. Федулова, серед російських – Д. Маслов, І. Федотова.

Мета. Метою вивчення даної проблеми є виявлення найбільш несприятливих факторів для реалізації TQM на українських підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в Україні на ринку товарів та послуг дуже високий рівень конкуренції. Більшість українських підприємств нездатна скласти конкуренцію закордонним фірмам у багатьох сферах діяльності. Ринок переповнений продукцією, більшістю частиною якої споживачі не задоволені. Основна з причин – відношення ціни та якості не відповідають дійсності. Це пов'язано, у першу чергу, з реалізацією методів управління. Але який метод боротьби з конкуренцією все ж так більш доцільний в Україні: ціновий чи не ціновий?

Знизивши ціну і при цьому не скоротив витрати більшість українських компаній ризикує залишитися у збитках, зважаючи на те, що в Україні багато неприбуткових підприємств, для яких цей метод однозначно не придатний. Також це може визвати недовіру споживачів, які можуть прийняти товар за продукцію нижчого класу.

Нецінові методи конкуренції у наш час є основоположними у ринковому механізмі усіх країн світу. Сутність полягає у підвищенні якості товарів, що виробляються, покращене післяпродажне та допродажне обслуговування. Таким чином, попит повинен значно зрости. У світовій практиці з метою удосконалення бізнесу існує значна кількість підходів, таких як 6 Сігм, стандарти ISO 9000, збалансована система показників, структурування функції якості, бенчма-

ркінг та ін. У більшості з них взято за основу принципи загального управління якістю, автором яких є американський вчений Едвард Уїльям Демінг. Сьогодні українські компанії, такі як ТОВ “TQM Systems”, ООО BGS Solutions, ООО “Art-master”, ООО Yunikom Sistems та ін. займаються розробкою й впровадженням систем менеджменту якості.

Звернувшись до історії, на заході філософія якості пройшла етапи відбракування, контролю якості, гарантії якості та прийняло форму загального управління якістю [1]. Основною рушійною силою залишається споживач. Сама боротьба за покупців змушувала шукати нові підходи у менеджменті, щоб максимально задовольнити потреби своїх клієнтів, у тому числі і вищою якістю. У адміністративно-командній системі Радянського Союзу попит та пропозиція були предметом державного планування, приватна підприємницька діяльність була заборонена до 1987 року. Конкуренція була взагалі відсутня. Це стало перешкодою для України на шляху формування філософії якості на прикладі закордонних підприємств, так як штучне моделювання ринку ніяк не сприяло впровадженню таких же підходів.

Однак, з середини 50-их років у Радянському Союзі проводилася систематична робота в області покращення якості продукції. При виробництві споживчих товарів в умовах планово-розподільної системи якість мала на увазі лише як відповідність стандарту. Сьогодні є однією з найбільших помилок вважати, що стандарти якості встановлюються тільки регулюючими органами або виробником. Багато державних підприємств дотепер дотримується такого погляду. Таким чином, компанія може виробляти якісні на її погляд товари, які можуть не знаходити попиту.

Крім цього, радянським системам якості властиві наступні недоліки, які не дозволяють розглядати ці підходи як сучасну альтернативу TQM [2]:

- обмеженість сфери діяльності (для ранніх підходів);
- відсутність орієнтації на споживача;
- економічна незацікавленість підприємств;
- несистемний підхід до системи (для пізніх підходів).

Таким чином, радянську систему можна розглядати лише як одну зі стадій розвитку філософії TQM. Перевагою цього є підготовка спеціалістів у області контролю якості ще заздалегідь.

У радянський період було виховано багато фахівців з якості. Багато хто з них сьогодні бере участь у створенні нової філософії якості для України. Зазвичай ці фахівці мають технічну освіту, і це є проблемою. Сучасний менеджмент якості давно вийшов за рамки статистики та математики, а вимоги до фахівця з якості – це знання економіки й менеджменту. Однак ще часто сфера інтересів і компетенції вітчизняних фахівців з якості найчастіше обмежується зниженням кількості дефектів, підвищенням надійності виробів, тобто технічної складової виробництва. Основну увагу приділяють стандартизації продукції [3].

Стратегія якості в компанії повинна передбачати постійну, безупинну й особисту участь вищого керівництва у питаннях, зв'язаних із якістю. Ефективною стратегією впровадження TQM в організації стало використання моделей премій якості. В Європі це модель вдосконалення EFQM [4]. Критерії моделі визначають та описують принципи TQM у формі, більш зрозумілій керівникам [5]. Керівники, з одного боку, розуміють, що змінювати філософію необхідно, з іншого боку, існує багато бар'єрів: опір працівників, нерозуміння колег і партнерів по бізнесу, незнання як здійснювати зміни. Для керівників багатьох підприємств при впровадженні стандартів ISO серії 9000 головним є не ефективне функціонування і вдосконалення систем менеджменту якості, а їхня сертифікація.

Основу загального управління якістю складають 14 принципів Едварда Демінга. Розглянемо на прикладі декількох з них можливе застосування TQM в Україні:

- «Встановіть відповідність цілей з планом покращення якості». План та визначення цілей складається за правилами, але досягнення цих цілей буває сумнівним.
- «Прийміть нову філософію якості». Філософія нової якості приймається частково. Деякий відсоток дефектної продукції може потрапити до замовника та кінцевого споживача.

- «Припиніть практику вибору постачальників, основуючись лише на вартості їх товарів та послуг». Вимоги до постачальника щодо якості в більшості випадків складно реалізувати. Високоякісний внесок значно збільшить витрати і відповідно буде заважати утримувати той же рівень цін на підприємстві. Тим паче, якісного постачальника знайти на вітчизняному ринку досить складно, що може змусити звертатися до імпорту.

- «Визначте проблеми та працюйте безперервно, щоб покращити систему контролю якості». Безперервна система покращення якості має скоріше не прогресивний, а варіювальний характер і залежить від успішної діяльності підприємства.

- «Організуйте навчання». Тренування є реальним у реалізації тому здійснюється близько достатнього рівня у даних умовах. Атмосфера у колективі нерідко буває сприятливою.

- «Викореніть страх на роботі». Атмосфера довіри та новаторства зазвичай не застосовується. Нові ідеї працівників, а тим паче їх невдалі спроби не схвалюються.

- «Мінімізуйте робочі стандарти та кількісні показники на виробництві». Підвищення якості на користь кількості на більшості підприємств не набуває доцільності. Також премії та штрафи необхідні для мотивації українських робітників, у теперішній час для більшості матеріальна винагорода є основним чинником мотивації.

Висновки. Спроби запровадити принципи загального управління якістю дуже розповсюджені. Українські підприємства знаходяться на перехідному етапі неповного прийняття загального управління якістю, що зумовлено історичними передумовами. Більшість проблем виникає через зосередження на зниженні ціни, а не орієнтації на якість, вибір переваги інтересів компанії над споживчими, дотримання робітниками несучасних поглядів щодо якості, зосередження керівників на сертифікації замість вдосконалення систем менеджменту якості.

Список літератури: 1 Dale B.G. Managing Quality. – 3-rd ed. – Blackwell Publishers, Oxford – 1999. 2 Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление качеством: учебное пособие. – М.: Высшая школа, 2003. –

С. 75-77. **3** Федулова Л.І. Сучасні концепції менеджменту: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с. **4** Coleman S., Douglas A. Where next for ISO 9000 companies? // The TQM Magazine, Vol. 15 No 2. – 2003. – P. 88-92. **5** Van der Wiele A., Dale B., Williams R. ISO 9000 series and excellence models: fad to fashion to fit // Journal of General Management, Vol. 25 No. 3. – 2000. – P. 50-66.

Надійшла до редколегії 17.04.11

УДК 330.341.1

О.В. ЗАМУЛА, асистент, НТУ «ХП», Харків

ФОРМУВАННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ОПТИМАЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ РИНКОВИХ ТРАНСАКЦІЙ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ РИНКУ

В статті досліджується поняття „механізм трансакції” на рівні промислового підприємства, уточнюється класифікація ринкових трансакцій та визначаються складові цього механізму. Аналізуються шляхи зниження пов’язаних зі споживанням інформаційних благ трансакційних витрат.

Ключові слова: механізм трансакції, інформаційне благо, бізнес-модель, бізнес-інжиніринг.

В статье исследуется понятие „механизм трансакции” на уровне промышленного предприятия, уточняется классификация рыночных трансакций и определяются составляющие этого механизма. Анализируются пути снижения связанных с потреблением информационных благ трансакционных затрат.

Ключевые слова: механизм трансакции, информационное благо, бизнес-модель, бизнес-инжиниринг.

In the article the notion « mechanism of transaction » on enterprise level is investigated; classification of market transactions is refined and the components of this mechanism are determined. Ways to reduce the consumption of information good related transaction costs are analyzed.

Keywords: mechanism of the transaction, information good, the business model, business engineering.

Вступ. Механізм ринкової економіки невід’ємно пов’язаний з процесами обміну між його секторами та всередині них. Під час будь-якого обміну учасники ринку, в тому числі й промислові підприємства, отримують визначені права на об’єкти обміну та беруть на себе зобов’язання щодо інших учасників взаємовідносин, тобто здійснюють ринкові трансакції з ціллю отримання ресурсів для здійснення своєї операційної діяльності. Таким чином, у підприємств виникають трансакційні витрати та вони зазнають трансакційних втрат.

Багато науковців здійснили значний внесок в дослідження трансакційних витрат, серед них: Р. Коуз, Дж. Коммонс, Дж. Ходжсон, А. Алчіан, Д. Норд, О. Вільямсон, К. Еррору, Дж. Волліс, С. Архієреєв, Р. Капелюшников, Дж. Стиглер, П. Мілграм, Г. Клейнер та інші.

На сьогодні не існує однозначного визначення трансакції як економічної категорії та її класифікації. Найбільш поширеними визначеннями поняття трансакція (англ. transaction) є наступні:

1) економічна чи політична угода, що супроводжується взаємними поступками;

2) фінансова операція, яка полягає у переказі по банківським рахункам грошових коштів чи цінних паперів для будь-яких цілей [1].

Вперше поняття трансакції було введено в науковий обіг Дж. Коммонсом [2].

Трансакція – це не обмін товарами, а відчуження й привласнення прав власності і свобод, створених суспільством. Також Коммонс розрізняв три основних види трансакцій:

1) Трансакція угоди – служить для здійснення фактичного відчуження і привласнення права власності та свобод. При її здійсненні необхідна обопільна згода сторін, заснована на економічному інтересі кожної з них.

2) Трансакція управління – в ній ключовим є відношення управління підпорядкування, яке припускає таку взаємодію між людьми, коли право ухвалювати рішення належить тільки одній стороні. В цьому випадку відносини є асиметричними в будь-якому разі.

3) Трансакція раціонування – при ній зберігається асиметричність правового положення сторін, але місце сторони, що управляє, займає колективний орган, який виконує функцію специфікації права. До трансакцій раціонування можна віднести: складання бюджету компанії радою директорів, рішення господарського суду та ін.

Отже, трансакції можуть відбуватися як всередині підприємства так і поза його межами. Прикладами першого виду угод можуть бути взаємовідносини між керівниками і підлеглими, діяльність правління підприємства, взаємовідносини між підрозділами. В цьому випадку є значний ступінь асиметрії, але є способи її зменшення, а саме: укладання колективного договору, діяльність профсоюзу робітників, складання посадових інструкцій та бізнес-інжиніринг.

Асиметричність при укладанні другого різновиду угод, коли підприємство складає контракти з агентами свого безпосереднього зовнішнього оточення, залежить від об'єкту обміну. Вона є найменшою, коли трансакція здійснюється з приводу купівлі-продажу матеріальних об'єктів й дуже значною, коли об'єктом угоди є нематеріальне благо. В останній час дуже поширеним є контракт, який включає всі можливі елементи обміну. Це може бути встановлення

звичайного комп'ютера, де матеріальними об'єктами є операційний блок та монітор, а послуги зі встановлення операційної системи (нематеріального блага) може здійснювати як робітник компанії, так і зовнішній консультант. Прикладом більш складної подібної трансакції може виступати налагодження цілісної інформаційної системи підприємства відповідно до існуючої бізнес-моделі.

Найпоширенішим видом трансакцій раціонування можна вважати діяльність органів законодавчої, виконавчої та судової влади, коли рішення часто приймаються без участі самого підприємства та без його згоди. Легальне зменшення асиметрії в такому разі можливе, якщо в суспільстві цінується мораль та економічна далекоглядність. Тут держава виступає в ролі гаранта доступності достовірної інформації, забезпечення прав і свобод та зберігання сталої нормативної бази, підтримання позитивного іміджу країни та її інвестиційної привабливості. Якщо ж головною цінністю є власне збагачення окремих верств населення, то частина трансакційних витрат приймають форму політичного лобізму власних інтересів та корупції. В цьому випадку асиметрія та соціальне розширення лише зростають.

Крім того, ринкові трансакції промислових підприємств можна класифікувати за рядом ознак.

В залежності від повторюваності:

- одноразові;
- багаторазові неперіодичні;
- багаторазові періодичні.

В залежності від кількості учасників:

- односторонні;
- багатосторонні.

В залежності від об'єкту обміну з:

- постачальниками;
- персоналом;
- державними органами влади;
- покупцями.

Ананьїн [5] зазначає чотири основні групи параметрів, що властиві будь-якій ринковій трансакції: учасники угоди; ресурси, що використовуються в

транзакції, та результати, що очікуються; права учасників на ресурси й результати; обов'язки сторін, та виділяє дві її частини: передконтрактну та післяконтрактну.

Виходячи з попередніх зауважень та зважаючи на особливості інформаційних благ, можемо визначити, що інформаційний ринок є найбільш не передбачуваним, адже асиметрія на цьому ринку є найбільш вираженою. Тому при формуванні механізму транзакції промисловими підприємствами на інформаційному ринку потрібно враховувати дуже багато чинників.

Таблиця 1. Складові формування механізму транзакції промисловими підприємствами на інформаційному ринку

Стадія відтворення інформаційного блага	Проблема	Складові формування механізму транзакції
1	2	3
вихідні умови – передконтрактна фаза	пошук інформації про інформаційний продукт як майбутній ресурс у виробничій діяльності	– визначення розподілу прав власності на інформаційні ресурси між економічними агентами; – нормативна база, що регулює правові відносини у сфері інформаційно-комунікаційних технологій; – ринкова невизначеність та пов'язані із цим ризики; – рівень розвитку суспільної системи комунікацій як колективної дії; – мораль і етичні норми, що панують у суспільстві.
виробництво	встановлення ціни на інформаційні продукти та послуги	– нагромадження та утримання інтелектуального капіталу; – оцінка інформаційної праці; – формування ціни на інформаційні блага; – попит і пропозиція інформаційного блага; – особливості функціонування інформаційної економіки; – проблеми існування тіньового інформаційного виробництва.
обмін	прийняття рішення про укладання контракту	– стан захисту прав інтелектуальної власності; – ринкова структура країни; – асиметрія інформації між учасниками угоди; – інформаційна готовність та компетентність замовника чи покупця; – можливість несприятливого відбору чи неповного контракту; – механізм самовідбору; – проблеми корупції й лобізму та ін.
розподіл		

Продовження таблиці 1

1	2	3
виконання контракту – післяконтратна фаза	споживання блага	з боку працівників компанії: – ефективність використання інформаційних ресурсів; – моральні ризики; – відлинювання; – спротив технологічним змінам; – необхідність навчання й підвищення рівня професійної підготовки з боку постачальників інформаційних ресурсів: – моральні ризики – якість та дотримання умов угод
повний цикл		– інформаційна система (ІС); – ефективність функціонування ІС; – зміни в бізнес-моделі, бізнес-інжиніринг.

Безумовно, дослідження формування оптимального механізму трансакцій промислових підприємств на інформаційному ринку лежить в площині вивчення трансакційних витрат та бізнес-моделювання. Будь-якому виробничому необхідно формувати стратегічне бачення процедур ринкових трансакцій, що безпосередньо має відношення до проектування бізнес-процесів.

Цілісна бізнес-модель повинна визначати, по-перше, ключові компетенції учасників операційної діяльності, по-друге, права і обов'язки в існуючій конфігурації організаційної структури підприємства відповідно до особливостей відтворюваного блага, по-третє, політику стосунків між власниками щодо розподілу прибутку, а, по-четверте, бачення та усвідомлення постійної змінюваності внутрішніх та зовнішніх умов, необхідності адаптацій та готовності до стану постійного оновлення.

Список літератури: 1. <http://www.rusconsult.ru/glossary> 2. *Архиперев С.И.* Трансакционные издержки и неравенство в условиях рыночной трансформации. – Х.: Бизнес Информ, 2000. – 288 с. 3. *Замазий О.В.* Проблеми обліку трансакційних витрат у діяльності суб'єктів господарювання// Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – 2004. – № 70. – С.95-100. 4. *Капелюшников Р.* Категория трансакционных издержек. – <http://www.liberarium.ru/> 5. <http://www.intalev.ru/>

Надійшла до редколегії 30.05.2011

М.А.ІМЕННИК, аспірантка, НТУ «ХПІ», Харків

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглядається еволюція концепцій контролінгу з орієнтацією на облік, інформацію і координацію.

Ключові слова: контролінг, концепція, облік, інформація, координація, управління, стратегічний та, оперативний контролінг.

Рассматривается эволюция концепций контроллинга с ориентацией на учет, информацию и координацию.

Ключевые слова: контроллинг, концепция, учет, информация, координация, управление, стратегический и оперативный контроллинг.

The evolution of conceptions of controlling with the orientation to accounting information and coordination are considered.

Keywords: controlling, concept, accounting, information, coordination, management, strategic and operational controlling.

Постановка проблеми. Згідно сучасному підходу, контролінг може інтерпретуватися як інформаційне забезпечення, орієнтоване на результат управління компанією. Основна функція контролінгу полягає в тому, щоб шляхом підготовки і надання необхідної управлінської інформації націлити керівництво підприємства на ухвалення ефективних рішень і необхідні дії. До Європи контролінг прийшов із США в післявоєнний період в рамках американської економічної експансії і в сучасному розумінні, як концепція управління, отримав найбільший розвиток в Німеччині. В Україні функціонує покоління бізнесових структур лише з 10-15-літнім стажем. Для більшості українських компаній контролінг корисний і зрозумілий поки в більш вузькому значенні – як допоміжна технічна функція, покликана обслуговувати процес вироблення і ухвалення управлінських рішень.

Перші публікації по контролінгу в країнах СНД з'явилися в 90-х рр. ХХ ст., серед яких переклади таких авторів, як: Майер Э., Манн Р. і Майер Э., Фольмут Х.Й., Хан Д., Хорват П., а потім і російські інтерпретації, авторами яких є: Івашкевич Б.В., Фалько С.Г., Ананькина Е.А., Данилочкин С.В., Данилочкина Н.Г. та ін., Кармінський А.М. та ін., Уткін Э.А. та Миринюк И.В., Шигаєв А.И. Серед українських авторів необхідно відзначити монографії Пушкаря М.С., Сухаревої Л.А., Петренка С.Н., Марюти А.Н і Ковальчука К.Ф., Іваненко-

ва С.В. і Мелиха О.В., Прохорової В.В та ін., Оліфірова О.В., Пушкаря М.С. і Пушкаря Р.М., а також навчальні посібники, авторами яких є: Швидаренко Г.О та ін., Давидович І.Є., Сторожик М.І. і Голубятнікова Н.В., Панков В.А. та ін., Цигилик І.І., Андрєєва Т.Є., Петренко С.Н. і Сухарева Л.А, Яковлев Ю.П., Бажан І.І., Дарманська Г.О. і Овод Л.В., Шепітко Г.Ф., Базась М.Ф., Давидович І.Є., Кайлюк Є.М., Панков В.А. та ін., Портна О.В., Швиданенко Г. та ін., Калайтан Т.В., Ільїна С.Б. і Журба Т.С. Приведені автори віддзеркалюють в своїх працях окремі концепції контролінгу, на яких базуються дослідження.

Мета дослідження – висвітлення особливостей основних концепцій, на яких базується вся система контролінгу як функції управління.

Викладення основного матеріалу. Термін «контролінг» позначає концепцію управління, яка синтезує в собі управлінський облік, планування, контроль і аналітичну роботу. Необхідно підкреслити, що навіть серед зарубіжних експертів немає єдиного розуміння цього терміну. Фахівці сходяться лише в тому, що ототожнювати контролінг з контролем не можна, оскільки англійське дієслово «to control» переводиться не тільки як «контролювати», але і як «управляти», «регулювати».

Практика контролінгу була запозичена з Англії як частина загальноприйнятої практики бізнесу відповідно до вимог правил «Company Acts», що дійшли до нас з 1700-х років. Сам термін «controlling» зародився в Америці, в 70-е роки ХХ ст. поняття «контролінг» перекочувало до Західної Європи, а потім на початку 90-х в СНД. У визначенні, термін об'єднує дві складові: контролінг як філософія і контролінг як інструмент. Цільова задача контролінгу – побудова на підприємстві ефективної системи ухвалення, реалізації, контролю і аналізу управлінських рішень. Досягнення такої задачі базується на певних концепціях.

Було опубліковано декілька робіт, в яких аналізуються різні концепції контролінгу. Так, Г.Піч і Э. Шерм [3] відзначають, що під *концепцією контролінгу* слід розуміти сукупність думок про його функціональне розмежування, інституційне оформлення і інструментальне озброєння в контексті цілей підприємства, релевантних контролінгу, і цілей контролінгу, що впливають з цілей підприємства. Ними виділено три групи концепцій контролінгу, які були пов'язані з

його функціональним обґрунтуванням і інституційним уявленням: концепції, орієнтовані на бухгалтерський облік, інформацію і координацію.

Про *концепції з орієнтацією на облік* можна говорити в тих випадках, коли переслідуються інформаційні цілі, які можуть бути реалізовані в першу чергу за допомогою даних бухгалтерського обліку. Увага при цьому концентрується на показниках успіху в грошовому виразі. Йдеться перш за все про забезпечення прибутку всього підприємства, не дивлячись на відмінності в цілях господарських областей і окремих співробітників. Цей підхід може бути охарактеризований як орієнтований на прибуток або обмежено орієнтований на інформацію, оскільки ґрунтується тільки на даних бухгалтерського обліку. Контролінг, що базується на обліку, охоплює релевантні стану справ дані в грошовому виразі. Ця кількісність задається переважно в оперативних зв'язках. Тому контролінг з даної точки зору відноситься перш за все до оперативного рівня і лише частково – до стратегічного, коли мова заходить про потенціал успіху. Д. Шнейдер [10] взагалі пропонує обмежити контролінг допоміжними контрольними координаційними задачами на базі даних бухобліку. Проте обмеження його чисто грошовими показниками представляється дуже вузьким підходом.

Більш широку перспективу відкривають *концепції з орієнтацією на інформацію*. Вони виходять за рамки підходу, орієнтованого на бухгалтерський облік, і охоплюють всю цільову систему підприємства, включаючи не тільки грошові величини. Це розширює релевантну базу контролінгу; разом з бухгалтерською використовується чисто кількісна і якісна інформація, причому її джерелом є безпосередньо господарські області підприємства.

Головна задача контролінгу тут бачиться в координації отримання і підготовки інформації з потребами в ній. Т. Рейхманн [9] підкреслює важливість підтримки управління і вважає основною задачею контролінгу забезпечення керівництва компанії інформацією для ухвалення рішень. Відповідно до інтерпретації П. Прайслера [8] контролінг – це управлінський інструмент, що виходить за рамки однієї функції, і який підтримує внутрішньофірмовий процес управління й ухвалення рішень за допомогою цілеспрямованого підбору та обробки інформації. Проте раціональне включення таких широких інформаційних задач

в господарську структуру підприємства є важкою проблемою. Ці задачі не самоціль, вони є похідними вищестоящих цілей, які були пов'язані із специфічними інформаційними потребами. Якщо вся область інформаційного господарства стає функцією контролінгу, то її включення в загальнофірмове поле дії набуває невизначеного, розмитого характеру, оскільки інформаційні потреби вищестоящих інстанцій дуже багатоаспектні і слабо специфіковані. В цьому вада даної групи концепцій.

Концепції з орієнтацією на координацію базуються на відмінності між системою управління і системою виконання. Первинна координація виконання управлінських рішень є задачею самої системи управління. Вторинна координація усередині управлінської системи, що розділяється на ряд підсистем, відноситься до контролінгу. На думку Гюнтера Вое, автора посібника «Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre» («Вступ до навчання з економіки підприємства») контролінг, – це координація. Скоординованими мають стати наступні сфери управління: «планування», «контроль», «організація», «управління персоналом», «інформація». Координація має здійснюватись з метою оптимального досягнення ділових цілей [с. 234–235].

Відносно об'єму координаційної задачі контролінгу розрізняють дві групи концепцій – з орієнтацією на планування і контроль і орієнтацією на управлінську систему в цілому. Концепції, орієнтовані на планування і контроль, націлені на координацію планування, контролю і інформаційного забезпечення, але характеризуються більш широким спектром задач, ніж підходи з інформаційною орієнтацією. П. Хорват [6], основоположник і головний представник цього напрямку, розуміє контролінг як підсистему управління, яка координує підсистеми планування, контролю і інформаційного забезпечення, підтримуючи тим самим системоутворюючу і системовзаємопов'язуючу координацію. Під системоутворюючою координацією він має на увазі створення системних і процесних структур, які сприяють узгодженню задач, а під системовзаємопов'язуючою координацією – координаційну діяльність, яка здійснюється в рамках заданої системної структури для вирішень проблем (а також як реакція на “перешкоди”) і полягає в збереженні і адаптації інформаційних зв'язків між підсистемами.

З усвідомленням того, що координаційні проблеми можуть виникнути усередині всіх і між всіма підсистемами управлінської системи (включаючи організацію і персонал), координаційна задача контролінгу була розширена, внаслідок чого з'явилися *концепції з орієнтацією на загальноуправлінську систему*. На думку Х.-У.Кюппера, Ю. Вебера і А. Цюнда [7], функція контролінгу полягає, по суті, в координації всієї управлінської системи для забезпечення цілеспрямованого керівництва підприємством.

Сам Ю. Вебер [7] раніше давав наступну дефініцію контролінгу: „це певна функція усередині системи управління такого підприємства, яке координує систему виконання переважно за допомогою планів. Функція, що виконується контролінгом, – координація. Вона охоплює структури всіх управлінських підсистем, всі процеси узгодження між ними, а також координацію усередині самих підсистем”.

Слід особливо відзначити, що задача контролінгу, що розуміється як координація системи управління, була пов'язана з численними труднощами її розмежування з вищестоящим поняттям “управління підприємством”, а також з іншими управлінськими функціями.

Л.А. Малишева на підставі аналізу літературних джерел виділила шість концепцій контролінгу, що сформувалися до теперішнього часу: управлінський облік (80-і роки); управлінська інформаційна система (кінець 80-х років); планування і контроль (початок 90-х років); координація (90-і роки); управління управлінням (кінець 90-х років); координація процесу ухвалення рішень (2000-і роки) [1]. В рамках кожного підходу контролінг трактується по-різному, і більш пізні підходи розвивають попередні, акцентуючи увагу на різних аспектах. Проте внаслідок того, що на даний момент одночасно доступні літературні джерела, видані в різний час і в них представлені всі перераховані концепції, створюється враження понятійного хаосу і відсутність цілісного уявлення про систему контролінгу. В цьому нерідко криється причина того, що керівники по-різному трактують систему контролінгу і мають на увазі під нею все, що завгодно. Частіше за все виникає асоціація з безперервно здійснюваним контролем або моніторингом. Детальніше уявлення про контролінг через його різні концепції описується наступним чином.

Перша концепція розглядає контролінг як сукупність організаційних заходів щодо вдосконалення документообігу в рамках управлінського обліку. Тут явно простежується орієнтація на управління витратами з використанням інформаційних технологій. Прихильники цієї концепції є послідовниками німецької школи, основні положення якої були приведені у відомих перевідних роботах Р. Манна и Э. Майера [2], Х. Фольмута [4].

У вітчизняній літературі по управлінському обліку контролінг також трактується як блок управління витратами на основі концепції маржинального прибутку. В американській літературі цей термін абсолютно законно замінився іншим – управлінським обліком (Managerial accounting). В літературних джерелах, орієнтованих на першу концепцію контролінгу, по суті, описується управлінський облік і приводяться методи і моделі управління витратами і бюджетування.

Друга концепція підходить до контролінгу, як до управлінської інформаційної системи. Відмінність між першою і другою концепціями криється в рівні ухвалення рішень. В першому випадку пріоритет віддається оперативним задачам, при цьому інформаційною основою служать кількісні дані бухгалтерського і управлінського обліку. В другому – інформаційна база ухвалення рішень розширяється за рахунок даних функціональних областей, а рівень ухвалення рішень наближається до стратегічного. Обидві концепції використовують дані управлінського обліку. Відмінність криється в пріоритетах і методах, а також в тому, що в другому випадку наочна область розширяється за рахунок функціональних областей – персоналу, фінансів, НДКР. Прихильники другого підходу розуміють під контролінгом інформаційне забезпечення процесу ухвалення управлінських рішень – збір і обробку інформації, що використовується при плануванні, контролі і регулюванні показників.

Третя концепція розглядає контролінг як планування і контроль. Її основоположником вважають Д.Хана, автора однойменної монографії [5]. Його концепція розвиває положення школи наукового управління, що розглядає процесний підхід до управління у вигляді циклів планування, організації, контролю, мотивації. Основна ідея Д. Хана полягає в тому, що їх реалізація вимагає

координації. Координуюча роль контролінгу при цьому полягає у виробленні методики узгодження стратегічного і оперативного планування в області виробничих задач. *Третя концепція* має на увазі під контролінгом зворотний зв'язок в контурі управління, що координує стратегічне і оперативне планування.

Четверта концепція розвиває координуючу функцію контролінгу. Її автори використовують тезу про можливість управління координацією планування і контролю. Вони поширюють результати теорії автоматичного регулювання на наочну область організаційних систем. Координація полягає не в управлінні станом об'єкту, а в управлінні процесом управління і використовується як універсальний інструмент для узгодження циклів (функцій) управління. Побічно дане твердження узгоджується з визначенням, приведеним в декількох джерелах: «стратегічний контролінг – робити правильну справу, тактичний контролінг – робити справу правильно». Крім задач внутрішнього обліку (як в попередній теорії), концепція включає управління персоналом, НДКР, інвестиціями, маркетингом, логістикою.

Відповідно до четвертої концепції, контролінг забезпечує зворотний зв'язок в контурі управління за рахунок методів координації (у разі стратегічного планування) і регулювання (при оперативному плануванні) в будь-якій наочній області.

П'ята концепція спирається на системообразуючу роль контролінгу. В розвиток попередньої концепції пропонується трактувати його як «систему управління управлінням», тобто метамодель управління. В основі концепції лежить системний підхід.

Висновок. Розвиток теорії контролінгу, як видно, йде по наростаючій: уточнюється наочна область, об'єкт контролінгу, методи і моделі. Якщо в перших теоріях контролінгу відводилася достатньо скромна позиція – координація управління витратами, то тепер контролінг став претендувати на роль метасистеми. Додатково до цього наочна область істотно розширилася. Подібна трансформація небезпечна з погляду методології. Визнання того, що «контролінг – це все, примушує серйозно задуматися про більш чітке формулювання поняття контролінгу. Щось подібне відбувається зараз з логістикою – проголошення її всеосяжної ролі знижує практичну цінність логістичних досліджень.

Список літератури. 1. *Малишева Л.А.* Какой контроллинг нужен предприятиям? [Текст] / Л.А. Малишева // Директор информационной службы. – 2002. – № 7-8. – С.57-64. 2. *Манн, Р.* Контроллинг для начинающих [Текст] / Р. Манн, Э. Майер. Пер. с нем. Ю.Г. Жуков / Под ред. и с предисл. д-ра экон. наук В.Б. Ивашкевича. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 304 с. 3. *Пич Г.* Уточнение содержания контроллинга как функции управления и его поддержки / Г.Пич, Э.Шерм // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – №3. – С.102-107. 4. *Фольмут, Х.Й.* Инструменты контроллинга от А до Я [Текст] / Х.Й. Фольмут. Пер. с нем./ Под ред. М.Л. Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой.- М.: Финансы и статистика, 1998. – 288 с. 5. *Хан Д., Хунгенберг Х.* ПиК. Планирование и контроль: Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга. Пер. с нем. Хан Дитгер, Хун-генберг Харальд / Под ред. Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича –М.: Финансы и статистика, 2005. – 928с. 6. *Horvath P.,* Controlling, Vahlen 2006. München. 7. *Küpper, H.-U., Weber, J., Zünd, A.* (1990), «Zum Verständnis und Selbstverständnis des Controlling – Thesen zur Konsensbildung», Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB), Vol. 60 No.3, pp.281-293. 8. *Preissler, P.* Controlling; 'auch fuer Klein- und Mittelbetriebe. - 7.Aufi. - Eschborn/Ts., 1990. 9. *Reichmann, T.* (1995): Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, Munchen: Vahlen [«Controlling» Based on Standards and Management Reports]. 10. *Schneider, D.* (1991): Versagen des Controlling durch eine überholte Kostenrechnung. Zugleich ein Beitrag zur innerbetrieblichen Verrechnung von Dienstleistungen, Wochenschrift für Betriebswirtschaft, Steuerrecht, Wirtschaftsrecht, Arbeitsrecht 44: 765-772 [Failure of «Controlling» Through Obsolete Cost Accounting]

Поступила до редколегії 45.05.2011

УДК 336.115

В.В. КОВАЛЕНКО, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ», Харків,
Т.А. СТЕПАНЕНКО, студент, НТУ «ХПІ», Харків.

ПРОЦЕДУРА ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуті питання проведення процедури визначення фінансового стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Необхідність і практична значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні його стабільного фінансового стану.

В статье рассмотрены вопросы проведения процедуры определения финансового состояния внешне-экономической деятельности предприятия. Необходимость и практическая значимость систематической оценки финансового состояния предприятия, которой принадлежит существенная роль в обеспечении его устойчивого финансового состояния.

The matters of procedure determine the financial condition of foreign economic activity. The necessity and practical importance of systematic assessment of the financial condition of the company, which owns a significant role in ensuring its stable financial condition.

На шляху інтеграції України в європейські і міжнародні структури зростає необхідність здійснення ефективного управління зовнішньою торгівлею, зокрема експортно-імпортними операціями на підприємстві.

Ефективною зовнішньоекономічна діяльність буде лише в тому випадку, якщо вихід підприємства на міжнародні ринки не тільки добре продуманий, всебічно обґрунтований, але і від повної і своєчасної мобілізації фінансових ресурсів та правильного їх використання для забезпечення нормального процесу виробництва і розширення виробничих фондів. Таким чином результат зовніш-

нью економічної діяльності прямо залежить від ефективної організації фінансової діяльності.

Фінансову діяльність підприємства спрямовано на вирішення таких основних завдань:

- Фінансове забезпечення поточної виробничо-господарської діяльності.

Фінансове забезпечення поточної виробничо-господарської діяльності полягає у забезпечуванні фінансовими ресурсами безперервності процесу виробництва суб'єктів господарювання, розширюванні їх виробничих фондів.

- Пошук резервів.

Одним із засобів успішної фінансової діяльності є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства.

- Виконання фінансових зобов'язань.

Фінансові зобов'язання – це заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок подій, що сталися, і погашення якої, ймовірно, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що визначаються як економічні вигоди.

- Мобілізація фінансових ресурсів.

Організація господарчої діяльності потребує відповідного фінансового забезпечення виявлення та мобілізацію резервів збільшення прибутку за рахунок раціонального використання матеріальних, трудових та грошових ресурсів.

- Контроль за збереженням та використанням оборотних активів і прискоренням їх обороту.

Оборотні активи є однією із складових, що становлять матеріальну основу процесу виробництва. Від ступеня їх використання залежать кінцеві результати виробництва, фінансовий стан усіх підприємств.

- Контроль за використанням фінансових ресурсів.

Фінансовий контроль за господарською діяльністю підприємств і господарських організацій зумовлюється необхідністю співвіднесення витрат з результатами виробництва за допомогою грошей, вартісного (фінансового) обліку [1].

Фінансовий стан підприємства характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури

джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями. Ці фактори дозволяють визначити недоліки у діяльності підприємства і шляхи їх подолання.

Оцінка фінансового стану базується на аналізі наступних груп показників: це в першу чергу оцінка виробничо-господарського потенціалу підприємства, показники ліквідності і платоспроможності, результативні показники діяльності підприємства.

В нових умовах господарювання видозмінюється сутність виробничо-господарської діяльності, у зв'язку з чим при розробці стратегії поведінки підприємства на ринку, в тому числі і при плануванні нових профілів його діяльності, необхідно розглядати не тільки можливості розвитку підприємства, але і його виробничо-господарський потенціал, який має суттєвий вплив на витрати [2].

У короткостроковій перспективі критерієм оцінки фінансового стану підприємства виступає його ліквідність і платоспроможність. Термін «ліквідний» передбачає безперешкодне перетворення майна в засоби платежу. Чим менше час, необхідний для перетворення окремого виду активів, тим вища його ліквідність. Таким чином, ліквідність підприємства – це його здатність перетворити свої активи в кошти платежу для погашення короткострокових зобов'язань.

Платоспроможність відображає можливість підприємства відповідати (платити) за своїми обов'язками в конкретний період часу. У міжнародній практиці вважається, якщо підприємство не може відповідати за своїми обов'язками на конкретний термін, то воно неплатоспроможне. У цьому зв'язку виконується оцінка його потенційної платоспроможності, тобто погашення зобов'язань. У протилежному випадку підприємство визнається в судовому порядку банкрутом. Під платоспроможністю прийнято розуміти наявність і достатність грошових коштів та їх еквівалентів для своєчасного погашення зобов'язань у міру настання строку їхньої оплати. Оцінка платоспроможності проводиться на конкретну дату [3].

Результативні показники – показники, на підставі яких здійснюється оцінка ефективності використання бюджетних коштів, передбачених на виконання

бюджетної програми, для досягнення визначених мети та завдань бюджетної програми.

Результативні показники групуються за такими типами:

1. показники затрат;
2. показники продукту;
3. показники ефективності;
4. показники якості.

Застосування результативних показників дає змогу чітко показати ефективність використання бюджетних коштів, співвідношення досягнутих результатів та витрат, тривалість виконання бюджетної програми, її необхідність і відповідність визначеній меті. [4]

Фінанси підприємства як відносини є частиною економічних відносин, що виникають у процесі господарської діяльності, принципи їхньої організації визначаються основами господарської діяльності підприємств. Виходячи їх цього, принципи організації фінансів можна сформулювати в такий спосіб: самостійність в області фінансової діяльності, самофінансування, зацікавленість у підсумках фінансово-господарської діяльності, відповідальність за її результати, контроль за фінансово-господарською діяльністю підприємства.[5]

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Список літератури: 1. *Багрова І.В.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 58с. 2. *Дідівський М.І.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. – К.: Знання, 2006.- 76с. 3. *Кириченко О.А.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. – К.: 2008.- 102с. 4. *Білик, М. Д.* Фінанси підприємств. Практикум: Навч. посібник / М. Д. Білик, Н. Д. Бабяк, О. Б. Соколова. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 196 с. 5. *Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / І.І. Дахно, Н.В. Альбіщенко, А.О. Жебровський та ін. ; за ред. І.І. Дахно.* – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 328 с.

Надійшла до редколегії 15.04.11

Н.В. КОЗЕНКО, студент, НТУ «ХП», Харків

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ У ВНЗ

У статті розглянуто поняття інтернаціоналізації вищої освіти та її основні стратегії. Також зазначені цілі, які переслідує інтернаціоналізація у ВНЗах та групи вигод, в рамках яких провідні країни-експортери освітніх послуг здійснюють свою діяльність. Зроблені висновки щодо необхідності інтернаціоналізації вищої освіти для сучасних студентів.

В статье рассмотрено понятие интернационализации высшего образования и ее основные стратегии. Также указаны цели, которые преследует интернационализация в ВУЗах и группы выгод, в рамках которых ведущие страны-экспортеры образовательных услуг осуществляют свою деятельность. Сделаны выводы о необходимости интернационализации высшего образования для современных студентов.

The article reviews the concept of higher education internationalization and its basic strategies. Also, it is stressed on goals which the internationalization of high schools is aimed and it is underlined the group of benefits in which leading education-exporting countries operate. The conclusions are about necessity of higher education internationalization for current students.

В останні десятиліття одним з ключових факторів трансформації освіти стала її інтернаціоналізація. Цей процес, який у різних країнах може приймати різні форми, наростає в умовах розвитку міжнародної економічної, соціальної та культурної інтеграції, а його значення продовжує посилюватися [1].

Інтернаціоналізація – це процес впровадження міжнародної складової в дослідницьку, освітню та адміністративну функції вищих навчальних закладів. Особливістю даного визначення є нерозривний взаємозв'язок всіх функцій ВНЗів в процесі інтернаціоналізації та комплексний вплив інтернаціоналізації на ці функції [3].

Поняття інтернаціоналізації для ВНЗів у міжнародній практиці включає в себе два аспекти: «внутрішню» інтернаціоналізацію (internationalization at home) і «зовнішню» інтернаціоналізацію (education abroad, across borders, cross-border education) [2].

Процес зовнішньої інтернаціоналізації в контексті реалізації завдань створення єдиного європейського освітнього простору сьогодні має ряд проявів: студентська та професорсько-викладацька мобільність, франчайзинг, європейська акредитація національних дипломів, визнання ступенів і кваліфікацій, видача «подвійних» дипломів, створення корпоративних університетських

альянсів, міжнародних інститутів, філій вищих навчальних закладів за кордоном, дистанційна освіта, навчання іноземних студентів [2].

Внутрішня інтернаціоналізація здійснюється шляхом залучення зовнішніх ресурсів для забезпечення внутрішніх потреб ВНЗів: запрошення іноземних лекторів, трансформація існуючих і розробка нових програм і курсів з урахуванням елементів міжкультурної комунікації та країнознавства, використання іноземних мов (і як предмет вивчення, і як мов-посередників при читанні курсів), залучення зарубіжного досвіду і знань шляхом участі професорсько-викладацького складу, адміністрації ВНЗів та студентів у міжнародних науково-освітніх проектах [2].

У Декларації Всесвітньої конференції "Вища освіта в XXI столітті: підходи та практичні заходи" підкреслюється, що рішення найважливішого завдання – підвищення якості у сфері вищої освіти – вимагає, «щоб вища освіта мала міжнародний вимір: обмін знаннями, створення інтерактивних мереж, мобільність викладачів і учнів, міжнародні науково-дослідні проекти, поряд з урахуванням національних культурних цінностей та умов» [5].

У світовій практиці виділяють чотири стратегії інтернаціоналізації вищої освіти [2]:

- Mutual understanding approach – узгоджений підхід.
- Skilled migration approach – стратегія залучення кваліфікованої робочої сили.
- Revenue-generating approach – стратегія отримання доходу.
- Capacity building approach – стратегія розширення можливостей.

Узгоджений підхід до інтернаціоналізації вищої освіти спирається на довгострокові політичні, культурні, академічні цілі розвитку країни. Реалізація такої стратегії ведеться через підтримку студентської та академічної мобільності шляхом надання стипендій і здійснення програм академічних обмінів, а також програм, спрямованих на створення інституційних партнерств у сфері вищої освіти. Домінуючим принципом даного підходу є міжнародне співробітництво, а не конкуренція.

Стратегія підтримки міграції кваліфікованих співробітників спрямована на залучення обраних іноземних фахівців і талановитих студентів до роботи в приймаючій країні як на засіб забезпечення економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності країни в економіці знань. Основним інструментом цього підходу є система академічних стипендій, доповнена активною програмою просування системи вищої освіти країни за кордоном у поєднанні з прийняттям відповідного візового та імміграційного законодавства. Реалізація таких програм здійснюється через спеціальні агентства або мережу агентств і організацій.

Стратегія інтернаціоналізації вищої освіти, спрямована на отримання доходу, базується на погодженому підході і на стратегії залучення кваліфікованої робочої сили, але в її рамках освітні послуги пропонуються на повністю платній основі, і не передбачено надання державних субсидій. Іноземні студенти дають додатковий дохід освітнім інституціям, стимулюючи університети реалізовувати підприємницьку стратегію на міжнародному освітньому ринку. Уряди, у свою чергу, надають вузам значну автономію, забезпечують високу репутацію своєї системи вищої освіти, а також високу ступінь захисту іноземним студентам.

Стратегія розширення можливостей заохочує отримання вищої освіти за кордоном чи у ВНЗ-постачальниках іноземних освітніх послуг. Важливими інструментами такого підходу є:

- Програми підтримки зарубіжної мобільності державних службовців, професорсько-викладацького складу, вчених і студентів;
- Забезпечення іноземним вузам, програмами та викладачам сприятливих умов для комерційної освітньої діяльності в країні.

Таким чином, важливими учасниками інтернаціоналізації є університети на своєму інституціональному рівні. Вони виробляють власні стратегії інтернаціоналізації в залежності від особливостей місцевих умов, свого розуміння завдань забезпечення якості освіти та пріоритетів розвитку. У кінцевому підсумку, конкретний характер інтернаціоналізації визначається на індивідуальному рівні студентів і викладачів згідно з наявним у них досвідом, навичок, можливос-

тей, а також їх мотивації [4]. В узагальненому вигляді можна виділити цілі інтернаціоналізації, такі як:

- Економічні цілі інтернаціоналізації освіти. Серед них: диверсифікація і зростання фінансових надходжень шляхом залучення іноземних студентів на платне навчання; реалізація програм дистанційного навчання; розширення регіональної мережі вузу для ефективного використання своїх ресурсів та ін

- До академічних цілей відносять: розширення навчальних планів і навчання своїх студентів у зарубіжних вузах-партнерах, придбання та студентами, і викладачами вузів-партнерів міжкультурних компетенцій, підвищення якості освіти та досліджень за рахунок участі студентів і викладачів у міжнародному процесі обміну знаннями; мобільність студентів і професорсько-викладацького складу та ін.

Досягнення цих цілей призведе до отримання університетом низки знаних вигод. Існують 3 групи вигод, в рамках яких провідні країни-експортери освітніх послуг здійснюють свою діяльність.

1. Геополітичні (стратегічні) вигоди [6]:

- Підвищення міжнародного впливу через підготовку інтелектуальної еліти майбутніх лідерів зарубіжних країн;
- Підвищення міжнародного впливу через поширення культури і мови;
- Підготовка сприятливого підґрунтя для вирішення економічних питань (кадрове забезпечення експортних проектів, схильність випускників до використання техніки, товарів з країни навчання).

2. Науково-освітні вигоди:

- Залучення талановитої молоді з інших країн, розширення студентського генофонду як живильного середовища для розвитку науки та освіти;
- Обмін передовим досвідом у галузі науки та освіти через випускників і шляхом міжвузівського обміну студентами та викладачами;
- Компенсація нестачі виконавців наукових робіт .

3. Матеріально-фінансові вигоди:

- Забезпечення роботою викладачів навчальних закладів;
- Підвищення рівня позабюджетних доходів навчальних закладів;
- Підвищення рівня непрямих доходів (проживання, харчування, транспорт, зв'язок).

Ураховуючи світові тенденції у сфері експорту освітніх послуг та перехід української економіки до інноваційно-соціально-орієнтованого типу розвитку, слід постійно нарощувати конкурентні переваги країни в науці, освіті та високих технологіях. За таких умов освітня політика стає одним із головних важелів інноваційного розвитку країни, а розширення експорту освітніх послуг стає прибутковим видом економічної діяльності, яскравим показником її соціального і культурного майбуття, у т.ч. через підвищення рівня та якості освіти.

Висновки. Сучасний студент може навчатися в одній країні, потім продовжити навчання в іншій і вийти на роботу в третій. Сьогоднішні студенти ставляться до інтернаціоналізації інакше, ніж попередні покоління, так як інтернаціоналізація стає частиною їх повсякденного життя. Вони критично оцінюють період навчання за кордоном. Сучасні студенти чітко аналізують, у чому переваги перебування за кордоном в порівнянні з іншими формами інтернаціоналізації, і вибирають найбільш привабливі та відповідні їх цілям. Разом з тим студенти не завжди виходять з чисто економічних міркувань. Такі поняття, як співпраця, солідарність, допомога, придбання навичок міжнародного спілкування та міжкультурних компетенцій є привабливими для багатьох студентів. Вони вважають, що глобальні проблеми можна вирішити через кооперацію, і хочуть внести свій внесок у цю справу.

Загалом інтернаціоналізація вищої освіти створює нові можливості і сприяє підвищенню відкритості вищої освіти та її якості, сприяє впровадженню інноваційних методів роботи в системі вищої освіти, зміцненню міжнародного співробітництва.

Список літератури: 1. *Балыхин М.Г.* Тенденции развития международного рынка образовательных услуг: на примере стран Евросоюза и Российской Федерации: автореф. канд. дис. – М., 2009. 2. *Пименова, Н.Ю.* О стратегии продвижения российского образования на международный рынок/ Н.Ю. Пименова// Унив. упр.: практика и анализ. – 2006.-№1. 3. *Зверев Н. И., Пелихов Н.В.* Экспорт

образовательных услуг: состояние, перспективы, стратегии: изд. ИМК. № 2. – Р., 1995. 4. *Ніколаєнко С. М.* Стратегія розвитку освіти України: початок ХХІ століття. – К.: Знання, 2006. Пальчевський С. С. Педагогіка: Навчальний посібник. – К.: Каравела, 2007. 5. Реформы образования в современном мире. Глобальные и региональные тенденции. – М., 1995. – 180 с. 6. Стратегія реформування освіти в Україні. Рекомендації з освітньої політики. – К.: К. І. С., 2003. – 296 с.

Надійшла до редколегії 20.04.2011

УДК 658.102

О.В. КОРЕЦЬКА, ст. викладач, НТУ «ХП», Харків

КЛАСИФІКАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ, ВПЛИВАЮЧИХ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки є можливість зростання є тільки у конкурентоспроможного виробництва. У статті розглядається необхідність визначення, систематизації і класифікації організаційно-економічних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства.

В условиях рыночной экономики возможность роста есть только у конкурентоспособного производителя. В статье рассматривается необходимость определения, систематизации и классификации организационно-экономических факторов, которые влияют на конкурентоспособность предприятия.

It is supposed that in market economy conditions the increase of only competitive production is possible. The necessity of determination and systematization of factors that have influence on an enterprise competitiveness is considered in the paper.

В умовах ринкової економіки, що передбачає самостійність підприємств у питаннях виробничо-господарської діяльності, для більшості з них актуальною стає проблема забезпечення конкурентоспроможності. Особливо ця проблема загострюється у зв'язку з наростанням невизначеності у зовнішньому середовищі підприємств та прагненням України до інтеграції в європейське й світове економічне співтовариство. Разом з тим, з поглибленням екологічних і соціально-економічних проблем суспільства, визначені проблеми вимагають розвитку нових підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства.

Дослідженню проблеми конкурентоспроможності підприємства присвячено праці Г. Л. Азоева, Л. В. Балабанової, І. П. Булеєва, М. І. Гельвановського, Ю. Б. Іванова, М. О. Кизима, О. Є. Кузьміна, М. Портера, К. Прахалада, С.Г. Свєтунькова, О. М. Тищенко, Р. А. Фатхутдінова, Г. Хамела та багатьох інших вчених. Багато зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких Б. Андерсен, В. Г. Єліферов, В. В. Рєпін, М. Робсон, М. Хаммер, Дж. Харрінгтон, Дж. Чампі та інші, приділяють увагу дослідженню процесного підходу до управління підприємством.

Але, незважаючи на численні розробки, деякі теоретико-методологічні проблеми, пов'язані з управлінням конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах, і досі залишаються невирішеними. Зокрема, не достатньо повно розглянуті підходи до класифікації факторів, впливаючих на конкурентоспроможність підприємства.

Метою статті є визначення, систематизації і класифікації організаційно-економічних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, та подальша розробка на цій основі методичних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на досягнення та збереження стійких конкурентних позицій підприємств в динамічних умовах ринкової економіки.

Внутрішнє середовище суб'єкта виробничо-господарської діяльності є сферою, яка підпадає під активне регулювання з боку самого підприємства, тому управління цими факторами дозволяє ефективно впливати на рівень його конкурентоспроможності.

Однією з найбільш значущих для конкурентоспроможності підприємства є група організаційно-економічних факторів. Схема взаємозв'язків організаційно-економічних факторів конкурентоспроможності підприємства представлена на рис.

Усі організаційно-економічні фактори можуть бути об'єднані у чотири підгрупи: організація виробництва, система управління підприємством, фінанси підприємства і організація маркетингової діяльності.

Вплив факторів організації виробництва на рівень конкурентоспроможності підприємства проявляється через підвищення ефективності його виробничо-господарської діяльності. Але деякі з них (організація технічної підготовки виробництва і гнучкість системи організації) впливають і на конкурентоспроможність продукції, створюючи умови як для досягнення і підтримання необхідного технічного рівня, так і для своєчасного коректування тактики підприємства при зміні параметрів попиту або інших факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

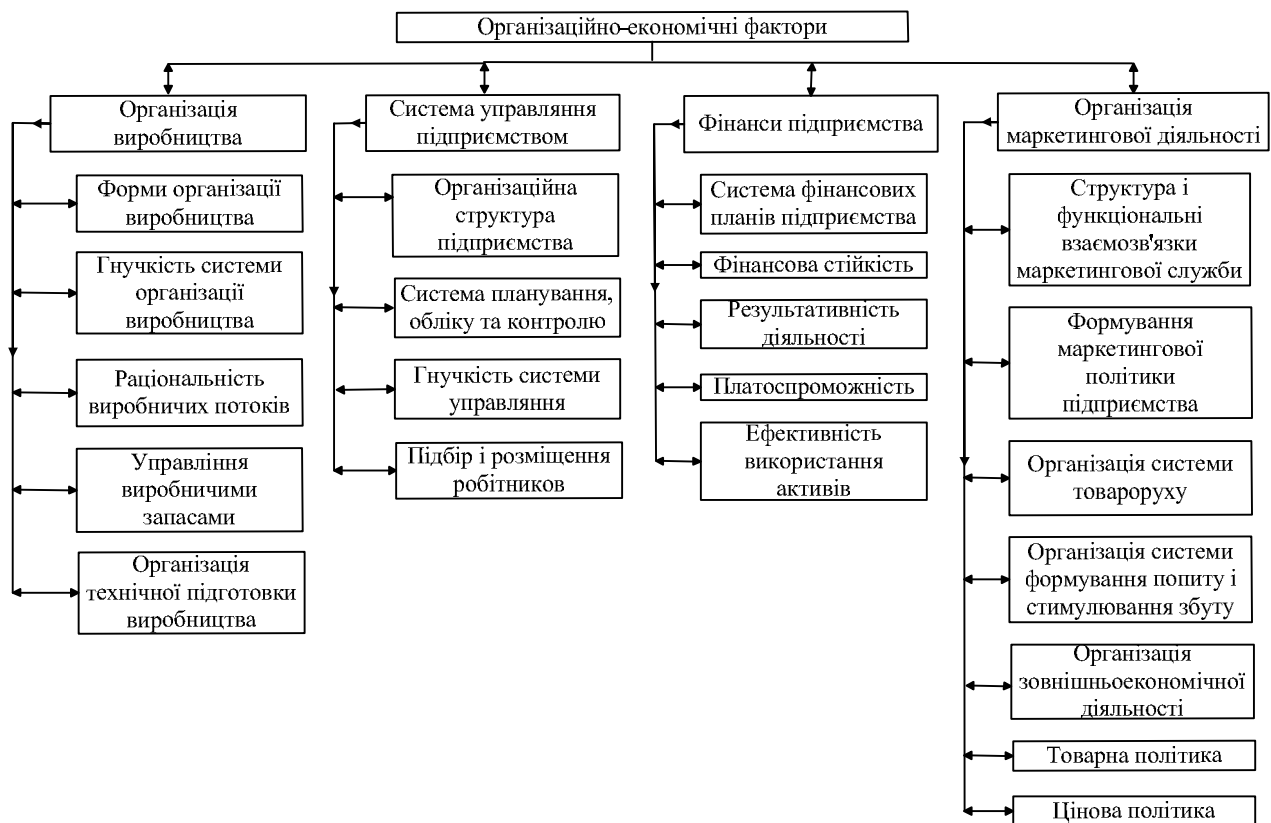


Рис. – Схема взаємозв'язків організаційно-економічних факторів конкурентоспроможності підприємства

Система управління підприємством включає в себе організаційну структуру підприємства, систему планування, обліку та контролю, які використовує підприємство, гнучкість системи управління та підбір і розміщення робітників. Особливе важливе значення у цієї групі мають гнучкість системи управління і система планування, обліку та контролю.

До факторів групи фінанси підприємства відносять систему фінансових планів підприємства, комплекс показників, які характеризують фінансову стійкість підприємства, результативність (доходність) підприємства, його платоспроможність та ефективність використання активів підприємства.

Організація маркетингової діяльності характеризує організацію і ефективність взаємодії управлінських підрозділів підприємства по реалізації маркетингової діяльності. До цієї групи відносять цінову та товарну політику підприємства і ступінь її адаптивності (гнучкості), тому що її реалізація здійснюється у внутрішньому середовищі підприємства, а результати проявляються не тільки в навколишньому середовищі, а й на внутрівиробничому рівні.

Важливе самостійне значення має організація зовнішньоекономічної діяльності. Цей фактор набуває особливого значення для забезпечення надійних конкурентних позицій при несприятливій кон'юктурі внутрішнього ринку. Особливістю факторів цієї групи являється їх ключове значення для адаптації всього внутрішнього середовища підприємства до змін зовнішніх умов виробничо-економічної діяльності, бо будь-яка зміна техніки, технології або факторів трудового потенціалу не може дати максимальної віддачі (з точки зору конкурентоспроможності підприємства) без системної перебудови організаційно-економічної сфери. Фактори цієї групи є, як правило, найбільш мобільними, і зміна їх у більшості випадків не потребує значних інвестицій.

Таким чином, фактори внутрішнього середовища підприємства взаємозалежні і взаємозумовлені, тому облік окремих груп факторів не дає максимально можливого результату внаслідок високої значимості синергічних зв'язків. Можливість отримання позитивного результату в значній мірі визначається не тільки резервами, які є у кожному внутрівиробничому факторі окремо, а й в системному управлінні ними з метою адаптації до змін зовнішнього середовища.

В умовах несприятливої кон'юкттури внутрішнього ринку і обмежених інвестиційних можливостей підприємств, які спостерігаються зараз в Україні, ключове значення при підвищенні конкурентоспроможності підприємства одержують організаційно-економічні і комунікаційні фактори.

Вплив усіх груп факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, визначають на основі показників, які характеризують дію цих факторів. Значення показників змінюється під впливом тих чи інших груп факторів. Аналізувати і прогнозувати ці зміни можливо тільки через певні інструменти, тобто моделі і методи оцінки конкурентоспроможності.

Список літератури: 1. Губський Б. Конкурентоспроможність української економіки: орієнтири макрополітики в кризових умовах // Економіка України. – 1999. – №4. – С. 4-14. 2. Кредисов А.І., Дерев'янка О.О. Конкурентоспроможність країни та стратегія просування її експорту на світовому ринку // Економіка України. – 1997. – №5. – С. 54-58. 3. Скудар Г.М. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства: проблеми і складові успіху // Економіка України. – 2000. – №6. – С. 17-21. 4. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навчальний посібник / за ред. І.Ю.Сердюка. – Київ: ЦНЛ, 2003.- 186 с. 5. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №2. – С.70-75. 6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Издательско- книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

Надійшла до редколегії 05.05.11

І.В. ЛЕВИЦЬКА, канд. екон. наук, доцент, ВТЕІ КНТЕУ, Київ

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ МАСШТАБІВ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В КОРПОРАЦІЯХ

Стаття присвячена проблемам ефективного протікання процесів відтворення в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Автором визначено складові аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища корпорації, запропоновано послідовність дій при визначенні можливих напрямів відтворення основних засобів корпорації з урахування потреб розвитку ринку, можливості самої корпорації та темпів процесів відтворення, які забезпечать необхідні темпи зростання ринку товарів, що випускається корпорацією.

Статья посвящена проблемам эффективного протекания процессов воспроизводства в условиях нестабильной внешней среды. Автором определены составляющие анализа внешней и внутренней среды корпорации, предложен последовательность действий при определении возможных направлений воспроизводства основных средств корпорации с учетом потребностей развития рынка, возможности самой корпорации и темпов процессов воспроизводства, которые обеспечат необходимые темпы роста рынка товаров, выпускаемой корпорацией.

This article is devoted problems of effective processes of reproduction in unstable external environment. The author has identified components of the analysis of external and internal environment of the corporation, proposed a sequence of actions to determine possible areas of reproduction, plant and equipment corporation with the needs of the market, the possibility of the corporation and the rate of reproduction processes, which will provide the necessary growth market for goods manufactured by the corporation.

Забезпечення ефективного протікання процесів відтворення можливе лише за рахунок визначення відповідності темпів та масштабів відтворення умовам зовнішнього середовища: стану ринку, перспективам розвитку ринку, на якому працює підприємство, відповідності рівня покупної спроможності населення обсягам пропозиції, потребам у впровадженні інновацій та доступу до інновацій, стану законодавчого поля країни, стану фондового ринку, стану економіки країни та ін. (рис. 1).

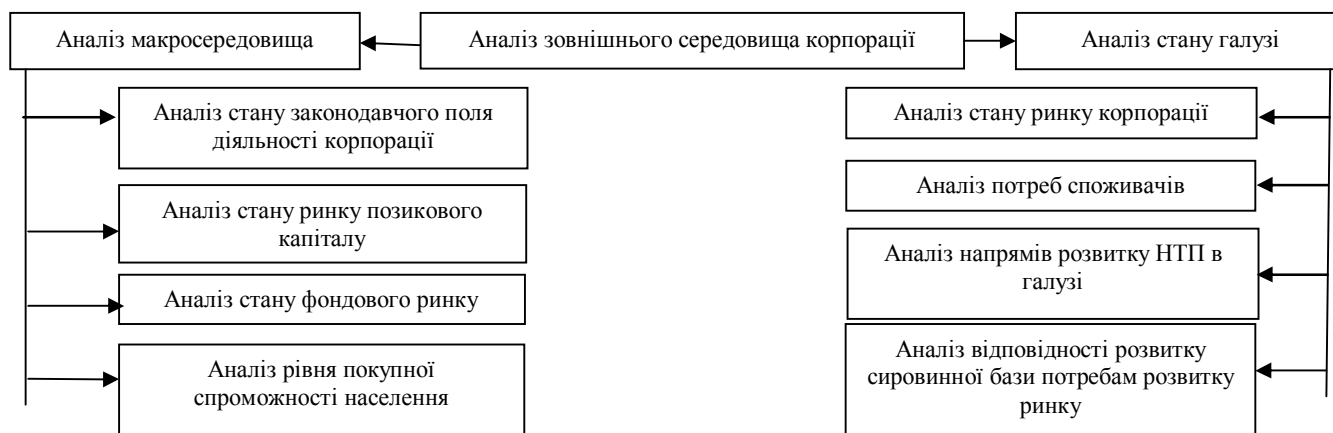


Рис. 1 – Складові аналізу зовнішнього середовища

З точки зору відповідності стану зовнішнього середовища політиці відтворення основних засобів корпорації вимагає, крім традиційних, специфічних підходів до проведення аналізу та специфічних інструментів, оскільки в цьому разі необхідно визначити специфічні показники, які б дали можливість визначити не лише загальні характеристики впливу зовнішнього середовища на конкурентну позицію підприємств, а й на масштаби, напрями та темпи процесів відтворення.

Складові проведення аналізу зовнішнього середовища, інструменти його проведення та показники, якими можна визначити стан впливу наведено нижче (табл. 1).

Таблиця 1 – Складові процесу аналізу зовнішнього середовища

Напрями аналізу зовнішнього середовища	Напрями проведення аналізу	Характеристики визначення стану складової зовнішнього середовища	Вплив на стан ринку товару	Можливі коригуючі зміни у типі процесу відтворення
1	2	3	4	5
Аналіз стану законодавчого поля діяльності корпорації	Моніторинг законодавчого поля	Визначення впливу законодавчого акту на розвиток корпорації:		
		заборонний	згортання діяльності, перепрофілювання або продаж бізнесу	звужене відтворення або продаж активів
		нейтральний	утримання ринкового сегменту	просте відтворення
		сприяючий	розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
Аналіз стану ринку позикового капіталу	Визначення доступності позикового капіталу для суб'єктів підприємництва	Рівень ставок по кредитних ресурсах		
		високий	утримання ринкового сегменту	звужене або просте відтворення
		середній	утримання або розширення ринкового сегменту	просте або розширене відтворення
		низький	розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
		структура ринку позикового капіталу (ПК)		
		переважає короткостроковий ПК		звужене або просте відтворення

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
		співвідношення 50/50		просте або розширене відтворення
		переважає довгостроковий ПК		розширене відтворення
Аналіз стану фондового ринку	Можливість операцій з борговими зобов'язаннями як джерела залучення додаткового фінансування	Ступінь розвитку фондового ринку (визначення вартості розміщення акцій; доступність інформації для інвесторів та реципієнтів)		
		нерозвинутий	посилення присутності крупного бізнесу на ринку товару	для крупного бізнесу – розширене відтворення; для середнього – переважно просте
		розвинутий	р крупного бізнесу можливий вихід на ринок товару середнього бізнесу	залежно від насиченості ринку товару та ринкової позиції корпорації або просте або розширене відтворення
Аналіз рівня покупної спроможності населення	Визначення доступності товарів, що випускаються корпорацією, для різних прошарків населення	Відхилення від раціональних норм споживання; аналіз структури витрат домогосподарств		
		менше раціональних норм споживання – зростання витрат на харчування;	зростання ринку харчових продуктів масового вжитку	розширене відтворення
		досягнення раціональних норм споживання – стабілізація витрат на харчування	стабілізація обсягів ринку, можливе зростання в межах приросту чисельності населення; зростання ринку елітних товарів,	просте або розширене відтворення
		перевищення раціональних норм споживання – зміна структури витрат у бік оплати послуг	стабілізація обсягів ринку, можливе поступове згортання традиційних товарів, розвиток ринку інноваційних товарів	просте, звужене або розширене відтворення

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Аналіз економічної ситуації в країні	Визначення періодів економічної активності та спадів	Визначення фаз економічного циклу; прогнозування тривалості фаз економічного циклу		
		пік	максимально можливий обсяг ринку	просте відтворення
		падіння	зменшення обсягів ринку	звужене або просте відтворення
		дно	стабілізація мінімального обсягу ринку	просте відтворення
		розвиток	зростання обсягів ринку	розширене відтворення
Аналіз ринку інновацій	Доступність інновацій для корпорацій	Напрями інновацій в галузі; вартість інноваційних технологій		
		продуктові інновації	утримання ринкового сегменту або його розширення	просте або розширене відтворення
		процесові інновації	розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
Аналіз стану ринку корпорації	Можливості розвитку ринку	Життєвий цикл галузі		
		галузь, що розвивається	розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
		зріла галузь	утримання ринкового сегменту	просте відтворення
		галузь, що затухає	зменшення ринкового сегменту	звужене відтворення
		Темпи розвитку ринку товару		
		згортання	зменшення ринкового сегменту	звужене відтворення
		стабілізація	утримання ринкового сегменту	просте відтворення
		розвиток	розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
		Еластичність попиту на товари за доходом та ціною;		

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
		еластичний	зі зміною доходу – обсяг ринку змінюється	звужене або розширене відтворення
		нееластичний	зі зміною доходу обсяг ринку не змінюється	просте відтворення
		Рівень перехресної еластичності		
		еластичний	зі зміною обсягів пропозиції товару- субституту – обсяг ринку змінюється	звужене або розширене відтворення
		нееластичний	зі зміною обсягів пропозиції товару- субституту обсяг ринку не змінюється	просте відтворення
Аналіз потреб споживачів	Визначення споживчих переваг	Визначення ставлення до товару; визначення потенційних потреб споживачів; визначення відповідності товарів, що пропонуються ринку, вимогам споживачів		
		всі характеристики товару відповідають вимогам споживачів	ринковий сегмент або зростає, або стабільний	просте або розширене відтворення
		окремі характеристики товару не відповідають вимогам споживачів		
12			є товар-замінник – ринковий сегмент скорочується	звужене відтворення
			товар-замінник відсутній – ринковий сегмент стабільний	просте відтворення
		більшість характеристик товару не відповідає вимогам споживачів	ринковий сегмент зменшується	звужене відтворення або продаж активів
Аналіз напрямів розвитку НТП в галузі	Визначення відповідності розвитку НТП в галузі світовим тенденціям	Рівень інноваційності технологій та продукції в галузі відносно світових стандартів		

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
		відповідає	ринковий сегмент зростає як за рахунок внутрішнього, так і зовнішнього ринку	розширене відтворення
		не відповідає	внутрішній ринок відкритий для імпорту товарів – ринковий сегмент зменшується	звужене відтворення
			внутрішній ринок закритий для імпорту товарів – ринковий сегмент стабільний	просте відтворення
Аналіз відповідності розвитку сировинної бази потребам розвитку ринку	Визначення доступності ринку сировини для корпорації	Співставлення виробничих потужностей переробних підприємств та обсягів надходження сировини на переробку		
		темпи розвитку сировинної бази відповідають потребам ринку	ринок товару врівноважений	просте або розширене відтворення, залежно від загальних тенденцій розвитку ринку
		темпи розвитку сировинної бази перевищують потреби ринку	можливе зростання ринкового сегменту	просте або розширене відтворення
		темпи розвитку сировинної бази менше потреб ринку		
			стабілізація ринкового сегменту за рахунок інвестицій у сировинну базу	просте відтворення
			зменшення ринкового сегменту	звужене відтворення
Аналіз діяльності конкурентів	Визначення типу конкуренції на ринку та конкурентних переваг найближчих конкурентів	Наявність конкурентних переваг високого порядку у конкурентів		
		ринкова позиція конкурентів сильніша	утримання ринкового сегменту	просте відтворення
			поступовий вихід з ринку	звужене відтворення або продаж активів

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
		ринкова позиція конкурента слабкіша	розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
		ринкова позиція конкурента така ж як і у корпорації	утримання ринкового сегменту	просте відтворення
			розширення ринкового сегменту	розширене відтворення
Аналіз каналів розподілу	Визначення відповідності каналів розподілу можливим обсягам збуту корпорації	Співставлення можливих обсягів реалізації через задіяні канали розподілу та виробничих потужностей підприємства		
		темпи розвитку каналів розподілу відповідають виробничим можливостям підприємства	ринкові можливості корпорації врівноважені	просте або розширене відтворення, залежно від загальних тенденцій розвитку виробництва
		темпи розвитку каналів розподілу не відповідають виробничим можливостям підприємства		
		темпи розвитку каналів розподілу менше виробничих потужностей підприємства	ринкові можливості корпорації не врівноважені – необхідні інвестиції у канали розподілу	просте відтворення – для структурних підрозділів, що зайняті виробництвом продукції, розширене відтворення для структурних підрозділів, що зайняті реалізацією продукції
		темпи розвитку каналів розподілу вище виробничих потужностей підприємства	Ринкові можливості корпорації неврівноважені	розширене відтворення – для структурних підрозділів, що зайняті виробництвом продукції, просте відтворення для структурних підрозділів, що зайняті реалізацією продукції

Проведення аналізу за представленим алгоритмом дозволяє визначити відповідність процесів відтворення корпорації стану зовнішнього середовища.

Суттєвого значення набуває також проблема відповідності можливостей самого підприємства (корпорації) процесам відтворення. Необхідно визначити якість технологічних процесів, доступність корпорації до інновацій, склад та кваліфікація персоналу, у тому числі інженерного та того, що обслуговує обладнання, достатність джерел фінансового забезпечення для підтримання обладнання у робочому стані, склад відділу, що формує та реалізує технічну політику, відповідність технологій вимогам ринкового попиту та стратегічним та тактичним цілям корпорації. Такий аналіз доцільно проводити за відповідністю виробничої, кадрової, фінансової, облікової, амортизаційної, інноваційної, фінансової та інвестиційної політик (рис. 2).

Відповідність визначених політик можна визначити шляхом співставлення запланованих цільових параметрів з фактичними та відповідність досягнутих критеріїв темпам розвитку ринку та забезпеченням цих темпів необхідними параметрами відтворювальних процесів.



Рис. 2 – Складові аналізу внутрішнього середовища

Залежно від одержаних результатів можна запропонувати коригуючі дії, які приведуть у відповідність потреби розвитку ринку, можливості корпорації та темпи процесів відтворення, які забезпечать необхідні темпи зростання ринку товарів, що випускаються корпорацією (рис. 3).

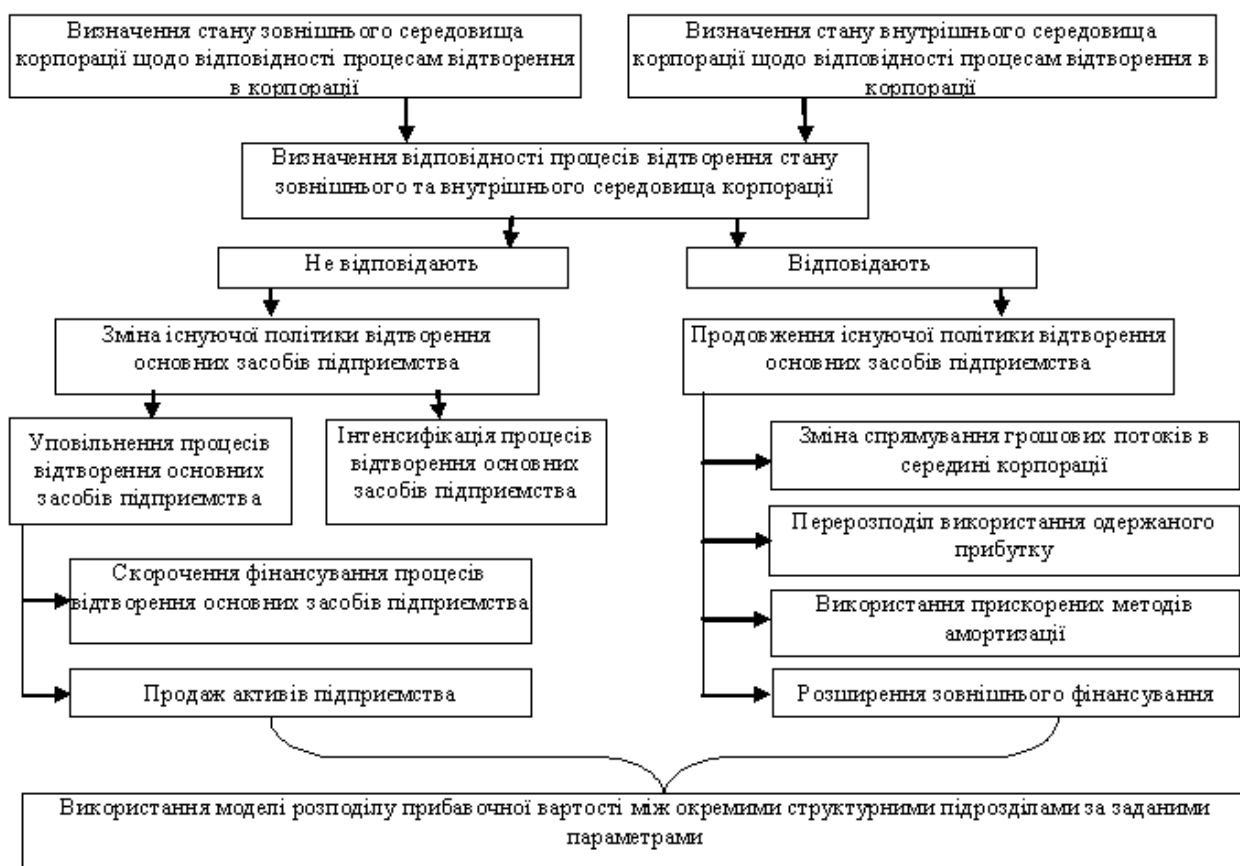


Рис. 3 – Послідовність дій при визначенні пропорцій відтворення

Висновки. Таким чином запропонований алгоритм дасть змогу забезпечити ефективне протікання процесів відтворення корпорації з врахуванням впливу нестабільного зовнішнього середовища, масштабів, темпів відтворювальних процесів, можливості самої корпорації щодо забезпечення зростання ринку товарів.

Список літератури: 1 *Левицька І.В.* Економічні цикли і пропорції відтворення // Регіональна бізнес-економіка та управління / Науковий, виробничо-практичний журнал. – Вінниця: – №1 (29), 2011. – С.10-16. 2 *Багиев Е.Г.* Принципы планирования промышленных инвестиций в условиях технического перевооружения производства / Е.Г. Багиев // Проблемы современной экономики, № 2(30) / [Електронний ресурс] / www/m-economy.ru/outer.php? 3 *Левицька І.В.* Амортизація як чинник прискорення процесів відтворення на підприємствах // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011.- №2, Т.1.- С. 106-113. 4 *Руденко Л.* Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій. К.: Кондор, 2004. – 477 с. 5 *Хошимура Ш.* Теория воспроизводства и накопления капитала / Ш. Хошимура [Пер с англ. Общ. ред. В.С.Дадаяна]. – М.: Изд-во «Прогресс», 1978. – 255 с.

Надійшла до редколегії 05.05.11

Ю.І. ЛЕРНЕР, канд. екон. наук, професор МКА та НТУ «ХПІ», Харків,
Б.В.САМОРОДОВ, канд. техн. наук, доцент, Університет банківської справи НБУ, Київ

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ ЗНАЧЕНЬ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В статті розроблено методику для визначення прогнозних значень таких основних показників діяльності банків, як операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність, амортизація, капітальні вкладення, які можуть бути використані при аналізі та оцінці можливості виходу банку на зовнішні ринки з метою зовнішнього залучення коштів. На основі розробленої методики розраховані показники для конкретного банку.

Ключові слова: банк, показник банківської діяльності, прогнозування, операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність, амортизація, капітальні вкладення.

В статье разработана методика для определения прогнозных значений таких основных показателей деятельности банков, как операционная прибыль, чистая прибыль, рентабельность, амортизация, капитальные вложения, которые могут быть использованы при анализе и оценке возможности выхода банка на внешние рынки с целью внешнего привлечения средств. На основе разработанной методики рассчитаны показатели для конкретного банка.

Ключевые слова: банк, показатель банковской деятельности, прогнозирование, операционная прибыль, чистая прибыль, рентабельность, амортизация, капитальные вложения.

In the paper the technique of determination of the predicted values of such basic indicators of activity of the banks as operation profit, net profit, profitability, amortization, capital expenditure, which can be used for analysis and estimation of possibilities for emergence of the bank to the foreign markets for the purpose of external holdings is developed. On the basis of created technique the indicators for the concrete bank are determined..

Keywords: bank, indicator of the bank activity, prediction, operation profit, net profit, profitability, amortization, capital expenditure.

Актуальність теми дослідження. Виходячи з ситуації що склалася на грошово-кредитному ринку одним із головних питань, що постає перед банківською сферою є вироблення стратегії подальшого динамічного фінансового розвитку та закріплення поточних результатів. Однією з важливих задач фінансового розвитку банку є його вихід на зовнішні ринки з метою залучення коштів, що можуть бути направлені на збільшення активів для забезпечення поточної діяльності банків.

В цьому сенсі однією з найголовніших та найвідповідальніших складових фінансового менеджменту є планування. І при цьому процес планування включає аналіз та прогнозування внутрішнього стану банку і зовнішніх економічних показників. Тому прогнозування показників банківської діяльності є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз публікацій по темі. В банківській діяльності існують методики для визначення таких показників діяльності банків, як операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність, амортизація, капітальні вкладення. Визначати поточні величини показників, застосовуючи ці методики, можна тільки маючи детальні реальні дані діяльності того чи іншого банку.

Також, якщо казати про прогнозування діяльності банків, то питаннями розробки методик статистичної обробки даних, планування та прогнозування показників діяльності фінансово-кредитних установ, у тому числі і банків, займаються як аналітики банків, так і відомі вчені: А.А. Алексєєв, О.Д. Василик, О.М. Горбач, В.М. Калініна, І.О. Кацко, В.М. Костин, Н.І. Костіна, Н.В. Купрієнко, М.Б. Паклін, О.О. Пономарьова, В.І. Соловьев, Д.В. Тихонов, Н.А. Тішина, Н.А. Цейтлін [1-5] та інші.

В результаті аналізу цих методів для вирішення поставленої задачі було прийнято рішення про застосування методу апроксимації змінних, як найбільш наочного та зручного в даному випадку методу прогнозування показників.

Мета дослідження – розробити методику щодо визначення прогнозних значень вказаних показників на основі даних, що доступні у відкритому друку [6], та можуть бути використані для досліджень щодо діяльності банківських установ для вирішення задачі знаходження оптимальних шляхів виходу на зовнішні ринки з метою залучення коштів, що можуть бути направлені на збільшення активів для забезпечення поточної діяльності банків.

Застосовуючи методику розрахувати показники: операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність, амортизація, капітальні вкладення для конкретного банку.

Викладення основного матеріалу. Перший показник, який пропонується прогнозувати – це операційний прибуток. Операційний прибуток (Π_o , тис.грн./рік) для перспективного періоду пропонується прогнозувати, використовуючи наступну формулу:

$$\Pi_o^{(t_{\Pi})} = \frac{(D_{t_n} - B_{t_n})}{N_0^{(t)}}, \quad (1)$$

де $t_{\Pi} = \overline{t_{\Pi,1}, t_{\Pi,n}}$ – величина періоду перспективного часу, од. (наприклад, якщо $t_{\Pi} = \overline{5,10}$, то $t_{\Pi,1} = 5$ – це перший прогностичний період, $t_{\Pi,n} = 10$ – останній прогностичний період);

$t = 1, 2, \dots, k, t_{\Pi,1}, t_{\Pi,2}, \dots, t_{\Pi,n}$ – загальний інтервал часу для досліджуваного показника;

$D_{t_{\Pi}}$ – величина доходу банку в перспективний період t_{Π} ;

$B_{t_{\Pi}}$ – величина витрат банку в перспективний період t_{Π} ;

$N_0^{(t)}$ – коефіцієнт, що зменшує величину різності $(D - B)$, у зв'язку із тим, що методика розрахунку $\Pi_0^{(t_{\Pi})}$, яка застосовується вже більше 10 років в банківській системі є складною, «не прямолінійною», а «алгоритмічною».

Величина коефіцієнту $N_0^{(t)}$ може бути визначена виходячи із аналізу співвідношень $N_{0,\Phi}^{(t)}$ для різних періодів ретроспективного часу $t = \overline{1, k}$ (де k – останній період).

Формула для розрахунку $N_{0,\Phi}^{(t)}$ має наступний вигляд:

$$N_{0,\Phi}^{(t)} = \frac{(D_t^{(\Phi)} - B_t^{(\Phi)})}{\Pi_{0,t}^{(\Phi)}}, \quad (2)$$

де $D_t^{(\Phi)}$, $B_t^{(\Phi)}$, $\Pi_{0,t}^{(\Phi)}$ – фактичні значення відповідно доходів, витрат та операційних витрат для t -го періоду (року).

У випадку, якщо між значеннями показника $N_{0,\Phi}^{(t)}$ не має ніякої закономірності, пропонується користуватись середнім значенням для цього показника, використовуючи формулу для визначення середнього:

$$N_{0,\Phi}^{(t)} = N_{0,\Phi} = \frac{1}{k} \cdot \sum_{t=1}^1 N_{0,\Phi}^{(t)} = \text{const} \quad (3)$$

Визначення чистого прибутку також, відбувається вже більше 10 років в банківській, а також і в промисловій сфері, використовуючи складні алгоритми,

де не має пропорційності. Тому використовувати ці методики, у разі відсутності детальних даних для розрахунку $\Pi_{\text{ч}}^{(t_{\text{п}})}$, не є можливим. В нашому випадку пропонується розраховувати $\Pi_{\text{ч}}^{(t_{\text{п}})}$ для $t_{\text{п}} = \overline{t_{\text{п.1}}, t_{\text{п.п}}}$ по наступній формулі:

$$\Pi_{\text{ч}}^{(t_{\text{п}})} = \Pi_{\text{о}}^{(t_{\text{п}})} \cdot M_0^{(t_{\text{п}})}, \quad (4)$$

де $M_0^{(t_{\text{п}})}$ – коефіцієнт, що враховує співвідношення між операційним прибутком та чистим прибутком, од.

Для ретроспективних періодів часу $t = \overline{1, k}$ (де k – останній період) величина $M_{0, \text{ф}}^{(t)}$ розраховується по формулі:

$$M_{0, \text{ф}}^{(t)} = \frac{\Pi_{\text{о}, t}^{(\text{ф})}}{\Pi_{\text{ч}, t}^{(\text{ф})}}, \quad (5)$$

де індекс «ф» означає фактичність показника, що розглядається (в нашому випадку прибуток).

У випадку, якщо між значеннями показника $M_{0, \text{ф}}^{(t)}$ не має ніякої закономірності, пропонується користуватись середнім значенням для цього показника, використовуючи формулу для визначення середнього:

$$M_{0, \text{ф}}^{(t)} = M_{0, \text{ф}} = \frac{1}{k} \cdot \sum_{t=1}^k M_{0, \text{ф}}^{(t)} = \text{const}. \quad (6)$$

Наступний показник для визначення – рентабельність діяльності банку (r_t , %) для $t = 1, 2, \dots, 1, t_{\text{п.1}}, t_{\text{п.2}}, \dots, t_{\text{п.п}}$ (тобто для всього часового періоду). Рентабельність діяльності банку пропонується визначати як:

$$r_t = \frac{\Pi_{\text{о}}^{(t)}}{B_t} \cdot 100, \quad (7)$$

де $\Pi_{\text{о}}^{(t)}$, B_t – відповідно операційний прибуток та витрати банку в t -й період часу (рік).

Наступними показниками для прогнозування є амортизаційні відрахування (А) та капітальні вкладення (К).

Показник капітальних вкладень K прийнято розраховувати як суму амортизаційних відрахувань A , що залишаються кожного року на відповідних рахунках банку, а також чистого прибутку. Припустимо, що щорічно банк витрачатиме 10% чистого прибутку на капітальні вкладення. Інші 90% чистого прибутку в ретроспективному та перспективному періодах йдуть на формування фонду споживання та частини фонду накопичення, який не розподіляється на формування капітальних вкладень.

Тоді можна записати:

$$K = A + 0,1 \cdot \Pi_{\text{ч}}. \quad (8)$$

Однак, для прогнозування показника амортизаційних відрахувань A необхідно ретельно проаналізувати фактичні дані ретроспективного періоду (року).

В нашому випадку пропонується застосувати запропоновану методику для прогнозування показників діяльності банку «А» (назву банку змінено навмисно). Необхідну статистичну інформацію взято при цьому із відкритих джерел [6]. Прогнозування планується здійснити на період 8 років – з 2011 по 2018 роки. Вихідними даними (ретроспектива) для річного прогнозування є дані щодо діяльності банку «А» на кінець 2006-2010 років [6]. Ці дані наведені в таблиці 1. Показник рентабельність розрахований за формулою (7).

Таблиця 1. Ретроспективні дані діяльності банку «А»

№ з/п	Назва показника	Значення показників, тис.грн./рік				
		2006	2007	2008	2009	2010
1.	Доходи ($D_t^{(\Phi)}$)	5660360	8550340	15358511	18309277	18653327
2.	Витрати ($B_t^{(\Phi)}$)	3732187	5980082	10000821	17163351	17166945
3.	Амортизація (A)	298574,96	484386,64	790064,86	1373068,1	1407689,5
4.	Операційний прибуток ($\Pi_{o,t}^{(\Phi)}$)	2228173	3170259	6457688	1445926	1886382
5.	Чистий прибуток ($\Pi_{\text{ч},t}^{(\Phi)}$)	506208	1534162	1291776	1050489	1370179
6.	Рентабельність (r), %	60	53	65	8	11
7.	Капітальні вкладення (K)	349195,76	637802,84	919242,45	1478116,98	1544707,39

Для зручності розрахунків та візуалізації графіків розділимо величини показників 1-5 та 7 на 100000. В результаті табл. 1 представимо у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2. Ретроспективні дані діяльності банку «А» (перетворені)

№ з/п	Назва показника	Значення показників				
		2006	2007	2008	2009	2010
1.	Доходи ($D_t^{(\Phi)}$)	56,60	85,50	153,59	183,09	186,53
2.	Витрати ($B_t^{(\Phi)}$)	37,32	59,80	100,01	171,63	171,67
3.	Амортизація (А)	2,99	4,84	7,90	13,73	14,08
4.	Операційний прибуток ($\Pi_{o,t}^{(\Phi)}$)	22,28	31,70	64,58	14,46	18,86
5.	Чистий прибуток ($\Pi_{ч,t}^{(\Phi)}$)	5,06	15,34	12,92	10,50	13,70
6.	Рентабельність (r), %	60	53	65	8	11
7.	Капітальні вкладення (К)	3,49	6,38	9,19	14,78	15,45

Тепер, аналізуючи показник амортизаційних відрахувань, слід відмітити, що питома вага А в $B_t^{(\Phi)}$ дорівнює 0,0804 (середнє значення). Тому для прогнозування показника А на перспективу будемо брати округлене значення, тобто 8% від показника витрат в конкретний перспективний рік:

$$A = 0,08 \cdot B_{t_{\pi}}. \quad (9)$$

Далі пропонується прогнозування показників, що розглядаються.

Розпочнемо із показників доходів та витрат. На рисунку 1 наведено графік зміни показників, а також лінія тренду із прогнозом на 8 років. Прогноз значень показників на 2011-2018 роки в даному випадку зроблений засобами Microsoft Excel.

При цьому рівняння, що описує криву зміни показника «Доходи» має вигляд:

$$y = 71780 \ln(x) - 545749, \quad (10)$$

а рівняння, що описує криву зміни показника «Витрати»:

$$y = 76411 \ln(x) - 580990. \quad (11)$$

На рис.1 для рівняння (10), що описує динаміку зміни показника «Доходи» достовірність апроксимації $R^2 = 0,9199$, а для рівняння (11), що описує динаміку зміни показника «Витрати» – $R^2 = 0,9351$.

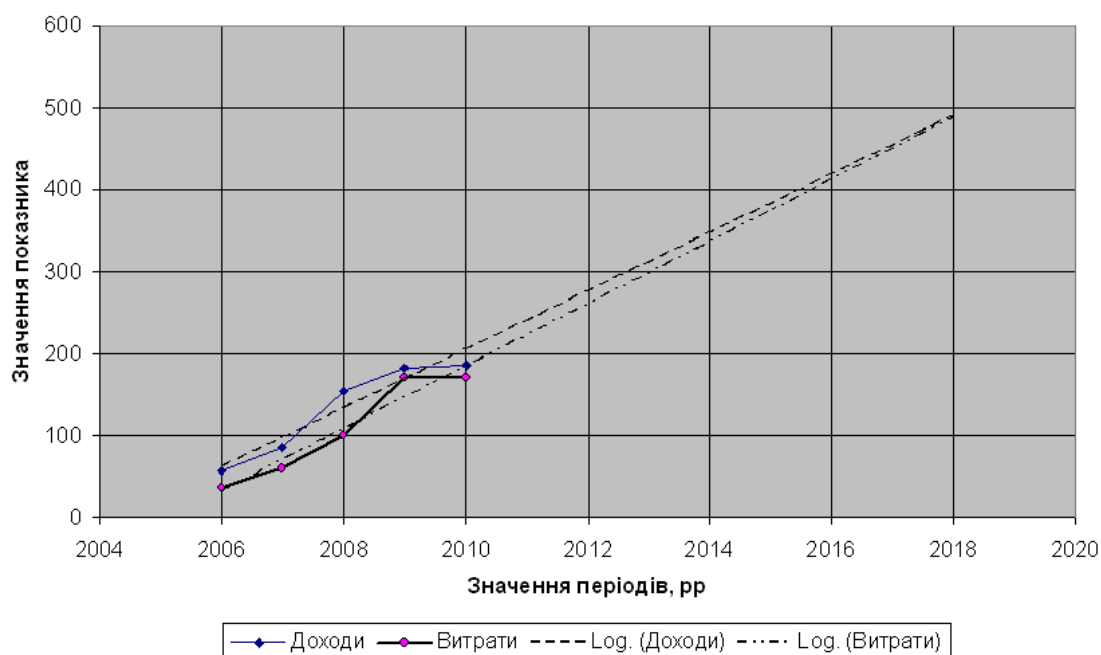


Рис.1. Графік зміни показників «Доходи» та «Витрати» по роках

Будемо вважати, що ці прогнозні значення для показників «Доходи» і «Витрати» є адекватними, в той час, коли існує багато методик по статистичному аналізу та прогнозуванню показників [1-5], але метою даної статті є розробка методики прогнозування інших показників.

Тепер можна перейти до визначення прогнозних значень показників «Операційний прибуток» та «Чистий прибуток» для прогнозних років 2011-2018, використовуючи формули (1)-(6).

В таблиці 3 представлено розрахунки значення коефіцієнту $N_{0,\phi}^{(t)}$ для фактичних даних.

Таблиця 3. Значення коефіцієнту $N_{0,\phi}^{(t)}$

Роки ретроспективи	2006	2007	2008	2009	2010
Значення $N_{0,\phi}^{(t)}$	0,87	0,81	0,83	0,79	0,79

Розраховуючи середнє значення цього показника за формулою (3) будемо мати, що $N_{0,\phi} = \text{const} = 0,82$.

В таблиці 4 представлено розрахунки значення коефіцієнту $M_{0,\phi}^{(t)}$ для фактичних даних.

Таблиця 4. Значення коефіцієнту $M_{0,\phi}^{(t)}$

Роки ретроспективи	2006	2007	2008	2009	2010
Значення $M_{0,\phi}^{(t)}$	0,23	0,48	0,2	0,73	0,73

Розраховуючи середнє значення цього показника за формулою (6) будемо мати, що $M_{0,\phi} = \text{const} = 0,47$.

Зведені дані для прогнозних значень усіх показників, що розраховуються за допомогою формул (1), (4), (7), (8), (9) на основі даних з табл.2, 3, 4 наведені у таблицях 5.

Графік залежності доходів (Д), витрат (В) та операційного прибутку (Π_o) в млн. грн. на рік, а також рентабельність (r) у % від часу наведено на рис.2.

Таблиця 5. Перспективні дані діяльності банку «А» на 2011-2018 рр.

№ з/п	Назва показника	Значення показників			
		2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6
1.	Доходи ($D_t^{(\phi)}$)	237,49	273,17	308,84	344,49
2.	Витрати ($B_t^{(\phi)}$)	221,67	259,65	297,62	335,57
3.	Амортизація (А)	17,73	20,77	23,81	26,85
4.	Операційний прибуток ($\Pi_{o,t}^{(\phi)}$)	19,29	16,49	13,68	10,88
5.	Чистий прибуток ($\Pi_{\text{ч},t}^{(\phi)}$)	9,07	7,75	6,43	5,11
6.	Рентабельність (r), %	9	6	5	3
7.	Капітальні вкладення (К)	18,64	21,55	24,45	27,36
№ з/п	Назва показника	Значення показників			
		2015	2016	2017	2018
1.	Доходи ($D_t^{(\phi)}$)	380,12	415,73	451,33	486,91
2.	Витрати ($B_t^{(\phi)}$)	373,5	411,41	449,31	487,18

Продовження таблиці 5

1	2	3	4	5	6
3.	Амортизація (А)	29,88	32,91	35,94	38,97
4.	Операційний прибуток ($\Pi_{o,t}^{(\Phi)}$)	8,07	5,27	2,46	-0,33
5.	Чистий прибуток ($\Pi_{\text{ч},t}^{(\Phi)}$)	3,79	2,48	1,16	-0,16
6.	Рентабельність (r), %	2	1	1	0
7.	Капітальні вкладення (К)	30,26	33,16	36,06	38,95

На рис. 2 надано загальну характеристику часової тенденції зміни показників, що наведені в таблиці 5. Для цього були побудовані графіки залежності від часу доходів (Д), витрат (В) та операційного прибутку (Π_o) в млн.грн. на рік, а також рентабельність (r) у %.

З табл.5 та рис.2 видно, що навіть при рості значень показників доходи (Д) і витрати (В) по роках динаміка операційного прибутку Π_o знижується разом із рентабельністю банку r, яка у 2018 році сягає значення 0 %.

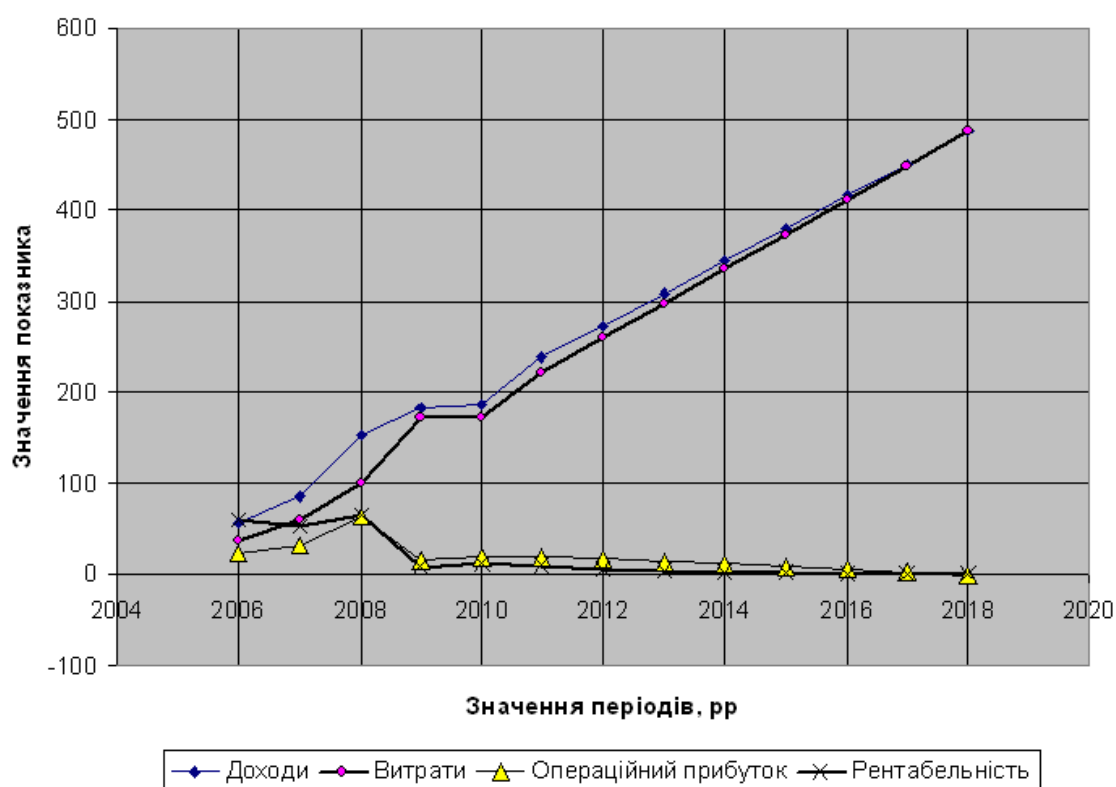


Рис.2. – Графік залежності доходів (Д), витрат (В) та операційного прибутку (Π_o) в млн. грн. на рік, а також рентабельність (r) у % від часу

Як вже зазначалось вище – метою даної статті не є розроблення методики прогнозування доходів та витрат банку, від яких залежать показники, що про-

понується для аналізу. Якщо вважати, що ці прогностичні значення для показників «Доходи» і «Витрати» є адекватними (це припущення може мати місце, наприклад, для іншого банку та інших фактичних даних ретроспективного періоду), то можна говорити про наступне. Враховуючи аналіз даних, що отримані на основі фактичних даних звітності банку «А» при застосуванні викладеної вище методики прогнозування основних показників діяльності банку на перспективу, можна констатувати той факт, що керівництву банку треба здійснювати термінові заходи щодо підвищення операційного прибутку та рентабельності банку. Одним із рішень цього питання може і бути як раз вихід банку на зовнішні ринки з метою зовнішнього залучення коштів.

Висновки. Однак, необхідно зауважити, що вивчення процесу в часі створює основу для прогнозування його розвитку в майбутньому, тому важливо в цьому сенсі мати інформацію щодо загальних закономірностей досліджуваного явища. Враховуючи, що усяке прогнозування схильне до похибок, все ж таки можна виходити з припущення, що якщо не відбудеться суттєвої зміни умов, не з'являться нові фактори, то найбільш вірогідний рівень в майбутньому той, який витікає з закономірностей, що встановлені на основі вивчення минулого та сучасного.

Відомим фактом є те, що якщо припустити, що існує визначена закономірність зміни деякої величини в часі, то тенденція може бути встановлена шляхом підбору функції росту, що найбільш підходить для опису цієї закономірності: $x = f(t)$. Наявність такої формули значно полегшує дослідження. Для визначення параметрів формули можливо, наприклад, застосовувати метод найменших квадратів. Однак, слід розуміти, що без якісного дослідження причин зміни досліджуваної величини нема впевненості у тому, що в майбутньому тенденція, що помічена в минулому, буде продовжена. Тоді використання формули $x = f(t)$ буде некоректним. Але якщо ця формула використовується тільки для інтерполяції даних, то основний критерій її пригідності – точність апроксимації початкових даних, що визначає підбір формул функції $f(t)$.

При визначенні функції, що є пригідною для прогнозування, основну роль грають загальні відомості про закономірності явища. Якщо в майбутньому

мають відбутися суттєві зміни у розвитку процесу, то екстраполяція з використанням даної функції недопустима. В даній роботі емпірична формула не визначається.

В роботі на основі запропонованої методики визначені прогнози (на 2011-2018 рр.) значення таких показників діяльності конкретного банку, як операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність, амортизація, капітальні вкладення, які є основними показниками при аналізі та оцінці можливості виходу банку на зовнішні ринки з метою зовнішнього залучення коштів.

Проаналізувавши отримані результати із застосуванням запропонованої методики прогнозування основних показників банківської діяльності можна зробити висновок про те, що дана методика може ефективно використовуватись для поставленої задачі.

Список літератури: 1. Горбач А.Н. Анализ спонтанных последовательностей и регрессионных моделей в маркетинге. / А.Н. Горбач, Н.А. Цейтлин // Харьков: ФО-П Шейпіна О.В., 2008. – 182 с. 2. Калинина В.Н. Введение в многомерный статистический анализ: Учебное пособие / В.Н. Калинина, В.И. Соловьев // М.: ГУУ, 2003. – 92 с. 3. Кацко И.А. Практикум по анализу данных на компьютере: Учеб. пособие для вузов / И.А. Кацко, Н.Б. Паклин // М.: Издательство "КолосС", 2009. – 278 с. 4. Костіна Н.І. Фінанси: система моделей і прогнозів: Навчальний посібник // Н.І. Костіна, А.А. Алексєєв, О.Д. Василик // К.: Четверта хвиля, 1998. – 304 с. 5. Куприенко Н.В. Статистические методы изучения связей. Корреляционно-регрессионный анализ. Учебное пособие / Н. В. Куприенко, О. А. Пономарева, Д. В. Тихонов // Изд-во СпбГПУ, 2008 г. – 118 с. 6. Структура активів, зобов'язань, власного капіталу, фінансових результатів діяльності банків України / [Електронний ресурс] // Режим доступу до матеріалів: <http://www.bank.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 10.04.11

УДК 336.76 (911.3)

О.О. НОСИРЄВ, аспірант, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС

Статтю присвячено дослідженню перспектив розвитку сучасного стану торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС в контексті підвищення ролі України в системі світового господарства та розробці рекомендації для органів державного управління щодо активації та прискорення інтеграційного процесу у напрямку європейського вектору інтеграції.

Статья посвящена исследованию перспектив развития современного состояния торгово-экономических отношений Украины со странами ЕС в контексте повышения роли Украины в системе мирового хозяйства и разработке рекомендаций для органов государственного управления в отношении активации и ускорения интеграционного процесса в направлении европейского вектора интеграции.

The article investigates the prospects of the current state of trade and economic relations between Ukraine and EU in the context of enhancing the role of Ukraine in the world economy and developing recommenda-

tions to government on how to activate and accelerate the integration process towards European vector integration.

Постановка проблеми. Сучасний стан торговельно-економічних відносин України та ЄС свідчить про недостатнє використання в цих відносинах наявного в обох сторін потенціалу, а також про існування ряду серйозних проблем, що гальмують їх поступальний розвиток. Ці проблеми набувають особливої актуальності після розширення Європейського Союзу, що поширив на його нових членів чинний у ЄС єдиний торговельний режим. Це ставить на порядок денний нові питання стосовно виведення торговельно-економічних відносин України та ЄС на якісно вищий рівень, надання їм реальної, а не декларативної інтеграційної спрямованості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поглиблення торговельних відносин вектору Україна – ЄС передбачає насамперед їх лібералізацію, що повинно проявитись у підвищенні темпів економічного зростання економіки країн-учасниць. Саме такої думки дотримуються багато науковців, серед яких можна виділити Б. Бек, В. Будкін, В. Литвин, О. Шнирков, Ж. М. Гроссман та Е. Хелпман, Джеймс Кессінг та Стівен Токарік, Тео Хітіріс, О. Петрунін. Ці вчені розглядають питання отримання якомога більше позитивних наслідків від поглиблення торговельних відносин шляхом створення зон вільної торгівлі, митних союзів чи спільного ринку. Мелвін Краус та Ульріх Браше виокремили наслідки від участі в таких утвореннях та необхідні передумови їх ефективного функціонування.

Мета та завдання статті. Мета дослідження полягає в дослідженні сучасного стану розвитку торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС в контексті інтеграції України до системи світового господарства та розробка рекомендації для органів державного управління щодо активації та прискорення інтеграційного процесу у напрямку європейського вектору інтеграції.

Основна частина. Успішному розвитку торговельно-економічної діяльності українських компаній на ринку ЄС сьогодні перешкоджає складний комплекс негативних внутрішніх і зовнішніх чинників. До них належать насамперед наступні.

1. Відсутність необхідних структурних перетворень в українській економіці, через що товарний обмін між Україною та ЄС відбувається переважно на міжгалузевій основі, що істотно звужує матеріальну базу реальної економічної інтеграції.

2. Слабкі позиції України у сфері високих технологій: одне запатентоване технологічне рішення створює в середньому в дев'ять разів меншу вартість високотехнологічного експорту, ніж у країнах ЄС; недостатній рівень розвитку сучасної інфраструктури, особливо інформаційної і транспортної, та видів діяльності, що підтримують присутність українських виробників на зарубіжних ринках.

3. Невисокий рівень конкурентоспроможності вітчизняних виробників, їх товарів і послуг та економіки країни в цілому та тінізація значних обсягів зовнішньої торгівлі: вітчизняні статистичні дані про обсяги українського експорту та особливо імпорту постійно занижуються – експорт, як правило, на 10-22%, імпорт – на 15-30%. Це свідчить про тенденції до нелегального експорту капіталу під прикриттям торговельних угод і про масштабне уникнення оподаткування імпортних операцій через навмисне заниження митної вартості товарів.

4. Обмежувальний режим доступу українських експортерів до окремих сегментів ринку ЄС, що значною мірою зумовлюється ненаданням Україні статусу країни з ринковою економікою: застосовуються обмеження на імпорт українських сталеливарних виробів, окремих видів сільськогосподарської продукції, вживаються за дискримінаційними процедурами антидемпінгові заходи, практично закритий доступ українських виробників до європейських ринків високотехнологічної продукції.

5. Відсутність масштабних інвестицій в економіку України з боку провідних європейських ТНК, що унеможлиблює входження українських виробників до їх міжнародних розподільчих систем, а відтак – ефективне проникнення на висококонкурентні ринки найбільш розвинутих країн, особливо в сегментах, пов'язаних з високотехнологічними виробами.

6. Неврегульованість міграції робочої сили і свободи пересування людей (застосування обмежень, які випливають із Шенгенської угоди), що призводить до підвищення вартості здійснення угод у торгівлі з ЄС.

Загалом ефективній діяльності українських компаній на ринку ЄС перешкоджає складний комплекс негативних чинників як торговельно-політичного, так і структурно-економічного плану. Ці недоліки вкорінені в проблемах міжнародної конкурентоспроможності українських виробників та стратегіях їх корпоративного розвитку. Отже, подолання зазначених недоліків вимагає системного підходу та може бути досягнуте лише внаслідок докорінних структурних перетворень в українській економіці, якісного поліпшення державного регулювання економіки, її зовнішньоекономічних зв'язків і корпоративного управління, значної активізації торговельної політики, спрямованої на захист національних економічних інтересів на зарубіжних ринках і насамперед – на пріоритетному для неї ринку ЄС.

Процес руху до режиму вільної торгівлі у відносинах України та ЄС повинен бути поетапним та асиметричним, тобто лібералізація ринку ЄС має випереджати лібералізацію імпорту з боку України. З метою підвищення ефективності присутності України на ринку ЄС, необхідно кардинально змінити нинішні структурні характеристики вітчизняної економіки; особливо важливим є значне піднесення рівня розвитку високих технологій та включення України до глобального високотехнологічного обміну; важливу роль може відіграти реалізація потенціалу в галузі транзиту енергоносіїв, авіаційних транспортних перевезень та ін. Реалізація цих можливостей значною мірою залежатиме від їх конкретизації у спільному Плані дій України та ЄС, успішності врегулювання торговельних суперечностей у відносинах України з Європейським Союзом.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Наближення ЄС до українських кордонів об'єктивно збільшує вплив європейської спільноти на Україну, модернізує співробітництво з новими членами Союзу. У стратегічному плані цей процес можна розглядати як позитивний – такий, що сприяє запровадженню в Україні європейських стандартів, розширює рамки співробітництва з Європейським Союзом. Необхідно спільно з ЄС відшукати взаємоприйнятні

механізми, здатні зберегти та розвинути позитивну динаміку двосторонніх торговельно-економічних та політичних відносин.

Загалом, у практичному плані на найближчу перспективу перед Урядом України постають такі завдання:

- впровадження інноваційної моделі економічного розвитку України як передумови досягнення соціального та економічного рівня країн Європейського Союзу;

- визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності економіки України в умовах розширеного ЄС, у т. ч. державної підтримки галузей економіки з урахуванням механізму субсидування та надання пільг згідно з нормами і вимогами СОТ та законодавства ЄС;

- здійснення заходів щодо збереження доступу українських товарів та послуг на ринок розширеного ЄС, зокрема, досягнення домовленостей з ЄС щодо збільшення обсягів квот на поставки української сталеливарної продукції на ринок розширеного ЄС;

- досягнення домовленостей з ЄС щодо встановлення для імпорту до десяти нових держав-членів ЄС української продукції, яка підпадає під дію антидемпінгових заходів ЄС, тимчасового режиму на період, необхідний для перегляду відповідних антидемпінгових заходів та внесення необхідних змін до двосторонньої правової бази. При цьому необхідно передбачити скорочення терміну розгляду заяв українських виробників-експортерів на проведення переглядів до одного місяця;

- досягнення домовленостей з ЄС щодо поширення на Україну „соціальних” преференцій ЄС, створення в Україні систем моніторингу якості продукції відповідно до норм ЄС;

- приведення системи стандартизації України та підтвердження її відповідно до стандартів, норм і правил ЄС, а також створення договірно-правової бази щодо визнання результатів робіт з оцінки відповідності українських органів з сертифікації;

- розширення галузевого співробітництва між Україною та ЄС (енергетичного, транспортного, космічного, у сферах екології, науки та освіти); залучен-

ня ресурсів фондів ЄС для реалізації в Україні інвестиційних проектів за участю держав-членів ЄС;

- активізація інтеграції інфраструктурних мереж, зокрема шляхом реалізації проектів загальноєвропейського значення та досягнення домовленостей з ЄС щодо визначення нових форм та механізмів технічної допомоги.

Список літератури: 1. Бек К. Україна між Росією та Заходом // Національна безпека і оборона, №4, 2004р. – с.11-14 2. Будкін В. Україна на геоekonomічних перехрестях // Національна безпека і оборона, №3, 2004р. – с.27-30 3. Литвин В. Економiчні аспекти ролі України у формуванні Європи сьогодення та Європи майбутнього // Національна безпека і оборона, №5, 2004р. – с.4-8 4. Парасій К. Україна на ринку ЄС: тенденції та перспективи // Сучасна торгівля, №1, 2005р. – с.10-14 5. Шевченко Ф. Економiчна iнтеграція та розвиток торговельних відносин між Україною та ЄС // Економiчний вісник, №1, 2009р. – с. 16-18. 6. Шнирков О. Політика Європейського Союзу у сфері міжнародної торгівлі: особливості сучасного етапу // Економiчний часопис-XXI, №5, 2009р. – с.28-31 7. Петрунин О. Подводные камни либерализации внешней торговли // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 11. – С. 39-43. 8. Allan D. Brunner. The Long-Run Effects of Trade on Income and Income Growth. – IMF Working Paper, WP/09/37. – 38 p. 9. Europäische Integration. Wirtschaft, Erweiterung und regionale Effekte/ Von Professor Dr. Ulrich Brasche. R. – München: Oldenbourg Verlag, 2008. – 302 S. 10. Gene M. Grossman and Elhanan Helpman. Innovation and Growth in the Global Economy. – The MIT Press, 2007. – XIV, 359 p.

Надійшла до редколегії 08.05.11

УДК 330.322

А.А.ПАВЛОВСЬКА, студентка, НТУ «ХП», Харків,
С.В.КЛЕПІКОВА, ст. викладач, НТУ «ХП», Харків.

РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Метою даного дослідження є визначення економiчної сутності інвестицій, ролі іноземних інвестицій в економiці держави, розгляд динаміки і структури прямих іноземних інвестицій в Україну.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційні ресурси, іноземні інвестиції, інвестиційний клімат.

Целью данного исследования является определение экономической сущности инвестиций, роли иностранных инвестиций в экономике государства, рассмотрение динамики и структуры прямых иностранных инвестиций в Украину.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционные ресурсы, иностранные инвестиции, инвестиционный климат.

The purpose of given research consists in identification of economic essence of investments, the role of foreign investments in the economy of a state, review of dynamics and structure of foreign direct investments in Ukraine.

Key words: investment, investment funds, foreign investment, the investment climate.

Актуальність теми. Розвиток ринкових відносин в Україні на сучасному етапі не може відбуватися без залучення іноземних інвестицій. Проблема інвестування досить гостро стоїть у більшості країн світу, для України вона також є

надзвичайно актуальною. Це обумовлено тим, що інвестиції торкаються найглибших основ господарської діяльності, визначають процес економічного зростання в цілому. Її вирішення в умовах дефіциту власних фінансових ресурсів неможливе без залучення іноземних інвестицій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективне реформування економіки будь-якої країни, її структурне перетворення з якісним оновленням виробництва товарів та соціальної інфраструктури неможливо уявити без відповідних капіталовкладень, тобто без належного інвестування. Без надійних капіталовкладень неможливо забезпечити створення і впровадження новітніх технологій, систем сучасної організації та управління виробництвом і збутом продукції, розвиток ринкової інфраструктури, інформатизацію суспільства тощо [1].

Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект [2].

Термін «інвестиції» виник в економіці України наприкінці 80-х років ХХ століття, в період її переходу від адміністративних до ринкових відносин [3].

Отже інвестиції є основою для забезпечення конкурентоспроможності національного виробництва. Складні відтворювальні процеси відбуваються виключно на базі інвестування. Чим воно активніше, тим швидші темпи відтворення і ефективних ринкових перетворень.

Крім того, інвестиції дають змогу впроваджувати науково-технічні досягнення у виробництво і на цій основі забезпечувати зростання ВВП, продуктивності праці, реальних доходів на душу населення, а також вирішувати багато соціальних проблем. Дослідженнями встановлено пряму залежність між темпами зростання ВВП та інвестиціями, бо конкурентоспроможність і темпи розвитку підприємства визначаються інвестиціями. Без них підприємство будь-якої форми і власності приречене на банкрутство [1].

Існує багато видів інвестицій. Але на даному етапі розвитку України найбільш вагоме значення мають іноземні інвестиції.

Згідно із Законом України «Про режим іноземного інвестування», іноземні інвестиції – це цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [4].

Таким чином іноземні інвестиції є важливою складовою структури інвестиційного ресурсу України. Входження їх на ринок призведе до зростання обсягів випуску продукції, технологічного удосконалення виробництва, виходу на світові ринки, а також динамізує формування національного ринку. Прискорення темпів реформування української економіки вимагає все більшої кількості інвестиційних ресурсів як для окремих підприємств, так і для економіки України в цілому [5].

За даними державного комітету статистики у 2009 р. прямих іноземних інвестицій в економіку України вкладено 38 591,6 млрд. дол. Найбільшими інвестиційними експортерами, які спрямовують свої кошти в Україну, є такі країни: Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Австрія, Великобританія, Російська Федерація.

Станом на 1 січня 2010 року в економіку України іноземними інвесторами внесено 40 026,8 млрд. дол. Основними інвесторами залишаються Кіпр – 8 593,2 млн. дол., Німеччина – 6 613,0 млн. дол., Нідерланди – 4 002,0 млн. дол., Російська Федерація – 2 674,6 млн. дол., Австрія – 2 604,1 млн. дол., Сполучене Королівство – 2 375,9 млн. дол. та інші країни [6].

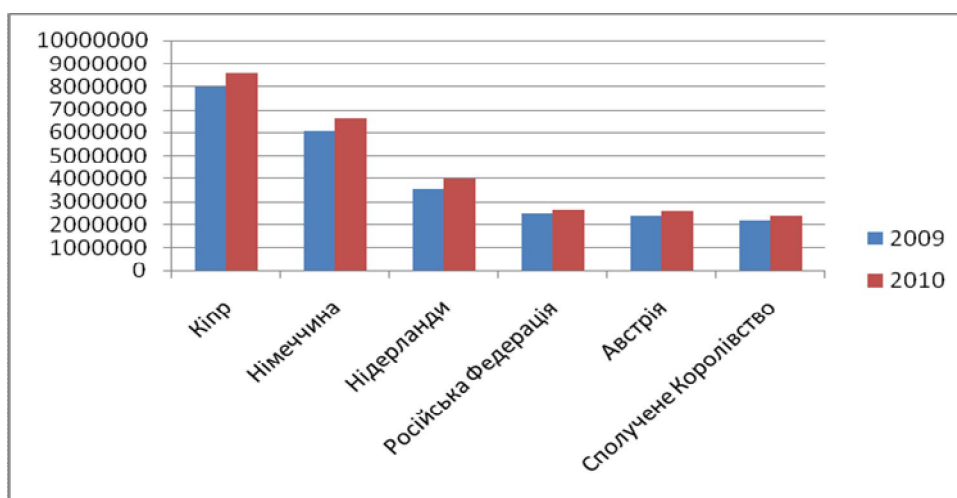


Рис. – Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну

Аналізуючи галузі у які були направлені дані інвестиції, необхідно зауважити, що значні обсяги іноземних інвестицій були зосереджені на підприємствах промисловості – 23,0 % від загального обсягу прямих інвестицій в Україну, у т.ч. переробної – 19,7 %. Серед галузей переробної промисловості суттєві обсяги інвестицій унесено у виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів; металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів; хімічну та нафтохімічну промисловість; машинобудування. У фінансових установах акумульовано 21,0 % від обсягу прямих інвестицій, 10,6 % – у підприємствах торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку, а також 10,2 % – в організаціях, що здійснюють операції з нерухомим майном, оренду, інжиніринг та надання послуг підприємцям [6].

Отже на основі проведеного аналізу можна спостерігати позитивну динаміку іноземних інвестицій в економіку України за останні роки, розширення масштабів, видів та сфер вкладання капіталу.

Проте, за даними міжнародного рейтингового агентства Moody's Investors Service Україна сприймається іноземними інвесторами як країна, яка не є сприятливою для інвестування.

Таким чином основними негативними ознаками інвестиційного клімату України є:

- нестабільність політичної ситуації;
- недосконалість законодавства в сфері інвестування та підприємництва;
- нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури;
- корупція;
- податки та митні бар'єри [5].

До чинників, які реально можуть впливати на активізацію залучення іноземних інвестицій в економіку України, відносять такі:

- 1) стабілізація законодавчої бази;
- 2) нормалізація стану фінансово-кредитної політики;
- 3) підвищення пріоритетності статусу іноземного інвестора;
- 4) підвищення інвестиційної активності населення [7].

Але зараз вирішальна роль у зміні ситуації, яка склалася із інвестиційним кліматом в Україні, належить державній політиці щодо іноземних інвестицій.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що іноземні інвестиції сприяють економічному зростанню потенціалу країни, інтеграції національної економіки у світове господарство на основі перенесення виробничих потужностей, передавання технологій, капіталу, управлінського досвіду, інновацій. На сьогодні Україна має гостру потребу в зовнішньому фінансуванні, тому зволікання у вирішенні існуючих проблем погіршить конкурентоспроможність, кредитоспроможність та інвестиційну привабливість країни, що призведе до зниження рейтингів, які в свою чергу негативно вплинуть на іноземних інвесторів.

Список літератури: 1. *Олександров А.* Залучення прямих іноземних інвестицій // Цінні папери України. 2009. – № 21 (513). С.20-21. 2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» // <http://rada.gov.ua>. 3. *Дука А.П.* Теорія та практика інвестиційної діяльності : навч. посібн. / А.П. Дука. – К.: Вид-во "Каравела", 2007. – 236 с. 4. Закон України «Про режим іноземного інвестування» // <http://rada.gov.ua>. 5. *Абрамович І.В.* Напрями активізації державної політики щодо залучення іноземних інвесторів в економіку України // Економіка та держава. – 2008. №3. – С.49-51. 6. Державний комітет статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua>. 7 *Драган І.В.* Оцінка сучасного стану залучення іноземних інвестицій в Україні. // Інвестиції: практика та досвід, 2009, №18, ст. 3-6.

Поступила до редколегії 45.05.2011

УДК 658. 399

І.Л. СІТАК, асистент, НТУ «ХП», Харків

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглядаються основні засади формування стійкості підприємства в умовах ринкового динамічного середовища. Проаналізовано сутність категорії «стійкість», виділено основні фактори впливу на стійкість підприємства. Запропоновано структурно-логічну схему механізму управління сталим розвитком підприємства.

В статье рассматриваются основные факторы формирования устойчивости предприятия в условиях рыночной динамической среды. Проанализирована сущность категории "устойчивость", выделены основные факторы влияния на устойчивость предприятия. Предложена структурно-логическая схема механизма управления устойчивым развитием предприятия.

In article major factors of formation of stability of the enterprise in the conditions of the market dynamic environment are considered. The essence of a category "stability" is analysed, major factors of influence on stability of the enterprise are allocated. The structurally-logic scheme of the mechanism of management is offered by an enterprise sustainable development.

Кожна господарська структура в умовах конкуренції повинна прагнути до економічного росту. Цьому процесу протистоїть економічна дестабілізація, різ-

ке порушення рівноваги, хитке положення в економіці, розбалансованість господарських відносин. Перед кожною організацією (підприємством) постає задача – у випадку небажаних відхилень в економіко-фінансовій діяльності з урахуванням впливу зовнішнього і внутрішнього середовища повертатися до стійкого й ефективного розвитку. Для цього необхідно уміло використовувати всі елементи механізму господарювання і створити такі умови, при яких можливо переборювати небажані відхилення від стійкого розвитку. Найбільших успіхів домагаються структури, здатні відновлювати вихідне положення (стан) рівноваги після якого-небудь збурювання (під дією зовнішнього середовища), що виявляється у відхиленні параметрів системи від нормального значення. За цих обставин, розробка механізму управління сталим розвитком підприємства набуває особливої актуальності.

Теоретичні та методологічні засади управління сталим розвитком та стійкістю підприємства розглядалися в працях І. Ансоффа, К. Левіта, Л. Грейнера, Г. Хакена, Р. Акоффа, В.С. Пономаренка, П.Ф. Друкера, А.І. Пушкаря, О.М. Тридіда, Т.І. Лепейко. Теоретичній розробці питань, пов'язаних із забезпеченням стійкості функціонування підприємства багато уваги приділяли Д. Хан, Д. Дафт, Ю.Б. Іванов, М.І. Круглов, О.П. Градов, А.Д. Шеремет, А.Ю. Юданов та ін. Віддаючи належне науковій і практичній значимості праць і розробок названих авторів, необхідно відзначити, що певне коло завдань концептуального, методологічного та методичного характеру є недостатньо розвинутими. Особливої актуальності набувають завдання розробки та вдосконалення інструментарію управління стійкістю підприємства в ринкових умовах.

На сучасному етапі економіки України особливої актуальності набуває дослідження проблем стійкості і розробка методичних рекомендацій для підприємств, на яких практика застосування діагностики економічного стану знаходиться в стадії постановки. Отже, недостатність теоретичних і методологічних розробок інструментарію діагностики економічного стану підприємств веде до істотних збитків і зниження фінансово-економічного благополуччя підприємства в умовах ринку. Зазначені обставини обумовлюють мету дослідження.

В ході розвитку ринкових відносин позначилася потреба у формуванні нових механізмів управління. Більшість великих вітчизняних підприємств, котрі мали налагоджену систему виробничо-господарської діяльності, планування й обліку, виявилися нездатними адекватно реагувати на умови зовнішнього середовища, котрі постійно змінюються, в силу нерозвиненості ринкових інструментів адаптивного управління. Сформовані умови привели до того, то на даному етапі на підприємствах існує проблема оптимізації механізму управління стійким розвитком підприємства.

При дослідженні механізму стійкого розвитку підприємства, мається на увазі механізм управління з конкретизованими умовами стійкого розвитку підприємства. До основних принципів, що лежать в основі механізму стійкого розвитку підприємства, відносяться принципи системності, ціле полягання, компетентності, ієрархічності, зворотного зв'язку. В органічному зв'язку з перерахованими вище принципами знаходяться методи як спосіб дослідження механізму стійкого розвитку, покликані реалізувати принципи управління. Методи механізму стійкого розвитку підприємства являють собою сукупність прийомів цілеспрямованого впливу суб'єкта управління на керований об'єкт, що забезпечують координацію їхніх дій у процесі виконання функцій управління для досягнення мети стійкого розвитку.

Під економічним механізмом стійкого розвитку розуміється сукупність економічних методів і прийомів, котрі використовуються, що підвищують здатність даного підприємства (групи підприємств) адекватно реагувати на зовнішні і внутрішні впливи і функціонувати, поводитися так, щоб розвиватися в напрямку досягнення своїх стратегічно заданих цілей. Економічний механізм стійкого розвитку є складною категорією, що відбиває сукупність економічних відносин, котрі виникають по ходу досягнення цілей розвитку в процесі господарсько-фінансової діяльності підприємства.

Під організаційно-економічним механізмом розуміється система управління, що включає в себе визначену сукупність взаємозалежних економічних і

організаційно-правових методів, що мають специфічні особливості свого вираження в конкретних умовах суспільства, за допомогою яких держава як суб'єкт управління координує власні інтереси з інтересами об'єкта управління, тобто будь-якого підприємства, що, у свою чергу, керуючись цими методами, планує, організовує і реалізує свою діяльність. У схематичному вигляді зміст організаційно-економічного механізму підприємства представлено на рис. 1.

На рисунку 2 представлено структурно-логічну схему механізму управління стійким розвитком підприємства в ринковій економіці, що враховує основні етапи його формування і містить у собі зміст і порядок робіт (рис. 2).

На першому етапі оцінюється поточний стан підприємства на основі аналізу основних коефіцієнтів і показників стійкості господарської і фінансової діяльності підприємства. Оцінка виробляється на основі порівняння бажаного або нормального рівня показників і коефіцієнтів з фактичним рівнем. Чим менше різниця між ними, тим менше основ у менеджера втручатися в хід роботи підприємства.

Для підвищення ефективності прийнятих рішень на другому етапі встановлюється взаємозв'язок показників і коефіцієнтів, що характеризують діяльність підприємства в результаті впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на його стійкість, і визначається ступінь їхнього впливу на рівень характеристик показників. Сукупність факторів зовнішньої і внутрішньої стійкості розглядається в роботі як впливи, котрі обурюють, тобто причина, рушійна сила формування механізму стійкого розвитку.



Рис. 1 – Принципова схема змісту організаційно-економічного механізму підприємства

Під внутрішньою стійкістю підприємства розуміється такий загальний стан підприємства, при якому забезпечується стабільно високий результат його функціонування. В основі досягнення внутрішньої стійкості лежить принцип активного реагування на зміну сукупності внутрішніх факторів основних видів стійкості господарської і фінансової діяльності підприємства.



Рис. 2 – Структурно-логічна схема механізму управління сталим розвитком підприємства

Стабільність зовнішніх факторів економічного середовища, у рамках якої здійснюється діяльність підприємства, забезпечує його зовнішню стійкість. Вона досягається відповідною системою управління ринковою економікою в мас-

штабах усієї країни і забезпечується за рахунок економічних, політичних, соціальних, демографічних і технологічних факторів.

Аналіз факторів зовнішньої і внутрішньої стійкості підприємства необхідний також для оцінки відповідності можливостей підприємства майбутнім потребам ринку. Аналіз факторів зовнішньої стійкості на третьому етапі дозволяє з'ясувати можливі зміни ринкового середовища, тенденції розвитку ситуації. На основі результатів аналізу виявляються погрози і можливості підприємства, також відбувається оцінка дій конкурентів.

На четвертому етапі для забезпечення рівномірного функціонування підприємства топ-менеджменту варто визначити, виходячи з цілей, основне коло проблем підприємства і можливих шляхів їхнього рішення з метою мінімізації наслідків різних відхилень, що можуть виникнути з часом .

Після виявлення особливостей конкретного підприємства в представленій структурно-логічній схемі передбачається п'ятий етап, у ході якого керівництвом розробляється стратегія підприємства, що є основою його довгострокового і стійкого функціонування.

Оптимальним є так зване "взаємопов'язане узгодження", коли стратегія розробляється в процесі взаємодії між вищим керівництвом, плановою службою й оперативними підрозділами. Вищим керівництвом встановлюються цілі і напрямки діяльності. Стратегії формуються в процесі взаємодії по вертикалі. Оперативні підрозділи виконують задачі вищого керівництва і самі формують для себе стратегію й оперативні плани. Таким чином, звичайно довгострокові стратегічні концепції розробляються на рівні підприємства, середньострокові і поточні – оперативними підрозділами (виробничими відділеннями).

Висновки. Основними елементами ефективного управління стійкістю розвитку підприємства в даній роботі визначено такі: управління виробничою стійкістю; управління маркетинговою стійкістю; управління соціально-економічною стійкістю; управління екологічною стійкістю; управління фінансовою стійкістю. Розглянувши основні етапи розробленої структурно-логічної

схеми механізму управління стійким розвитком підприємства, слід зазначити її універсальність для будь-якого підприємства галузі.

Список літератури: 1 Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятия. /Ю.А. Путьтин, А.И. Пушкарь, А.Н. Тридод. – Харьков: Основа, 1999. – 488 с. 2. Єремейчук Р.А. Формування механізму управління стійким розвитком підприємства. – Автореферат дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Харківський національний економічний ун-т. – Х., 2005. 3. Зеткіна О. В. Об управлении устойчивостью предприятия <http://www.conif.boom.ru/third/section3.htm>. 4 Севастьянов А. В. Оценка экономической устойчивости предприятия <http://www.mte.ru/w6.nsf>

Поступила в редколлегию 29.04.2011

УДК 334. 012.4

М.І. УС, аспірант, ХНЕУ, Харків

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН: НАПРЯМКИ ТА ЦІЛІ

Виявлено та класифіковано основні цілі підприємств, що є визначальними чинниками формування партнерських відносин. Визначено головні напрямки розвитку партнерських зв'язків

Выявлены и классифицированы основные цели предприятия, являющиеся определяющими факторами формирования партнёрских отношений. Определены главные направления развития партнёрских связей

Identified and classified the main objectives of the enterprise that is the determining factor in the formation of partnerships. Defined key areas for partnership development

Сучасний стан та інтенсивність розвитку світового ринкового середовища зумовлюють пошук принципово відмінних способів забезпечення успішного довгострокового розвитку підприємств. В умовах глобалізації економіки, конвергенції галузей, зміщення акцентів з матеріальних та фінансових ресурсів, на інтелектуальні активи та знання, докорінної зміни традиційних моделей і механізмів функціонування підприємств у конкурентному середовищі та трансформації природи самої конкуренції постає проблема формування та розвитку нових форм реалізації економічних інтересів основних дієвих суб'єктів ринку – підприємств, компаній, фірм. У такому контексті нові завдання зумовлюють визначення одним з перспективних способів забезпечення успішної конкурентної позиції сучасних підприємств партнерську взаємодію, практика функціонування якої у зарубіжних країнах налічує вже майже півстоліття.

У цих процесах не залишаються осторонь і вітчизняні підприємства і компанії, які все частіше утворюють різноманітні форми та види партнерств за-

для досягнення своїх стратегічних цілей і при цьому найчастіше зберігаючи стратегічну автономність та господарську самостійність.

Теоретичні засади створення та розвитку партнерських відносин як актуальної форми співпраці підприємств висвітлюються у працях зарубіжних дослідників: Р.Б. Гамидуллаєва, С. Карделла, Д. Корчунова, М. П. Мотини. Деякі теоретичні, методологічні та прикладні аспекти функціонування партнерств у вітчизняній економіці розробляють такі науковці, як О.М. Гребешкова, Я.Ю. Криворучко, Г.В. Махова, Н.І.Чухрай та інші.

В економічній літературі на сьогоднішній день не достатньо висвітленні мотиви та цілі формування підприємствами партнерських відносин, відсутній обґрунтований підхід до вибору підприємств – партнерів для формування довготривалих відносин, а також розуміння сутності того, хто ж є партнерами підприємства.

Метою дослідження є вияв та класифікація основних цілей, що є мотиваційними чинниками формування партнерських відносин вітчизняними підприємствами.

Терміни «партнерство», «партнерські відносини» останнім часом стали досить уживаними. Аналіз літературних джерел дозволив виявити, що сучасне трактування суті партнерства можна представити у розрізі різнобічних наукових підходів [1-4].

Більшість авторів наголошує, що партнерство – це форма відносин [1, с. 39; 2, с. 108] або спільна діяльність [3, с. 25; 4, с. 6] між підприємствами. Аналізуючи розмаїття визначень, можна зробити висновок, що спільним для всіх є те, що партнерські відносини формуються з метою отримання певного результату, який може набувати різних форм для кожної зі сторін відносин.

Визначаючим чинником при формуванні партнерств в Україні ще кілька років тому був пошук політичного протегування в органах влади. На сучасному етапі можна стверджувати, що ставлення українських підприємств до форми та суті партнерств суттєво змінюється [2, с. 109]. На перше місце висуваються цільові установки, економічна доцільність розвитку бізнесу.

Особливості взаємодії підприємств, що пов'язані партнерськими відносинами залежать від специфіки задач партнерів [5, с. 181]. Визначення цих цілей особливо важливе завдання, один з початкових етапів формування партнерських відносин.

Вивчення теоретичних та практичних даних про створення та функціонування партнерств в Україні та світі дають підстави для виділення у всьому спектрі цільових установок чотирьох основних груп цілей, реалізація яких спрямована на набуття підприємствами конкурентних переваг: ринкові, виробничі, технологічні та фінансові.

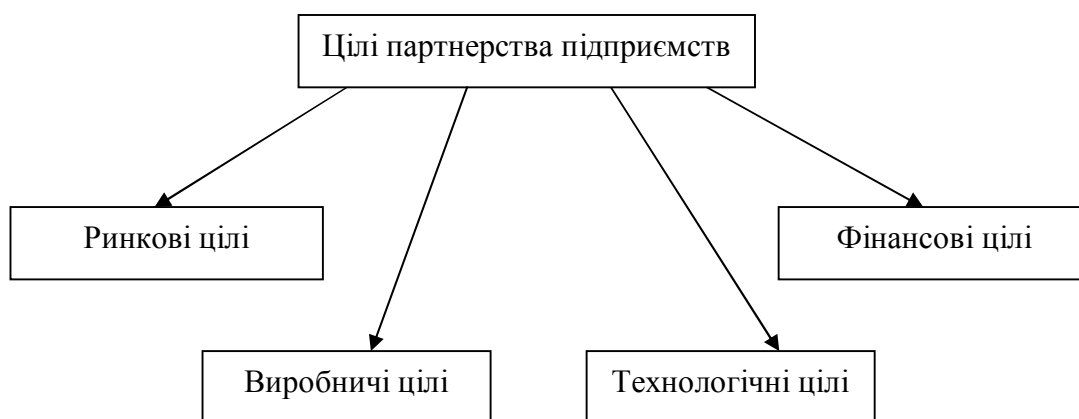


Рис. Цілі підприємства при формуванні партнерських відносин

Відповідно до класифікації цілей партнерства підприємств до групи ринкових цілей можна віднести: вихід на нові ринки (товарні, географічні, ресурсні), використання партнерських каналів збуту, спільний маркетинг, освоєння нових каналів збуту, спільний збут та інше.

Серед виробничих цілей партнерства підприємств найбільш поширеними є: підвищення якості продукції, покращення матеріально-технічного забезпечення, оптимізація обсягів виробництва, забезпечення ефекту економії від масштабу виробництва тощо.

До найпривабливіших технологічних цілей підприємства за умов партнерських відносин науковці відносять: вдосконалення технологій виробництва, розробку нової продукції, розробку нових технологій, обмін технологіями та їх впровадження, покращення характеристик продукції [6, с. 161-162].

Розглядаючи групу фінансових цілей партнерства, слід виділити, перш за все: ріст вартості підприємства, оптимізацію джерел фінансових ресурсів, ріст частки ринку, зменшення витрат, зниження фінансового та підприємницького ризиків тощо.

Цілі підприємств-учасників партнерських відносин можуть відноситись до однієї групи або до різних, різні комбінації цільових установок підприємств-партнерів визначають формування партнерських відносин того чи іншого типу.

Виявлення цілей формування партнерських відносин для окремого підприємства є складним завданням. Формування партнерства та визначення його цілей вимагають від підприємств прийняття до уваги інтересів різних сторін.

Підприємство зазвичай підтримує певні відносини з різними суб'єктами ринку. Важливою ознакою партнерства є свобода вибору партнера, оскільки партнерські відносини найбільш ефективно реалізуються саме в умовах відносин ринкового типу.

На думку Д. Корчунова, «партнерські відносини – це процес співпраці між компанією-споживачем та компанією-постачальником, в результаті якої обидві сторони отримують економічні вигоди» [3, с. 24] Це один з перших авторів, який чітко визначає учасників відносин з партнерами.

М. Мотина розглядає партнерські відносини на ринку товарів промислового призначення і виділяє чотири типи партнерства: партнерство постачальників, партнерство покупців, внутрішнє партнерство та відносне партнерство [4, с. 9]. Під внутрішнім партнерством науковець розуміє побудову відносин з працівниками підприємства. До відносного партнерства М. Мотина зараховує конкурентів, некомерційні організації, органи державної влади тощо.

На думка [4, с. 6; 7, с. 48], яку поділяє і автор дослідження, партнерські відносини слід формувати за декількома напрямками: з покупцями, з постачальниками товарів, робіт, послуг, з персоналом підприємства та з конкурентами.

Таким чином, партнери з якими необхідно формувати довгострокові взаємовигідні відносини належать до мікросередовища підприємства та разом формують ланцюги цінності товарів для покупців.

Слід зазначити, що підприємству необов'язково формувати партнерські відносини за всіма напрямками. Доцільність та можливості формування партнерських відносин підприємством визначаються, перш за все, шляхом оцінки власних можливостей та ресурсів.

Таким чином, досягнення цілей формування партнерських відносин можливо лише за умови вдалого визначення його впливових учасників – підприємств-потенційних партнерів, здатних сприяти адаптації промислових підприємств до умов сучасного конкурентного середовища та забезпечити в межах партнерства створення нових конкурентних переваг.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямку визначення головних показників та критеріїв вибору партнерів для формування ефективних партнерських відносин.

Список літератури. 1. Чухрай Н.І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія/ Н.І. Чухрай, Я.Ю. Криворучко.– Львів.: Растр-7, 2008. – 360 с. 2. Гребешкова О.М. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств /О.М. Гребешкова, Г.В. Махова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2008. – С. 108-112. 3. Корчунов Д. Организация процессов по работе с клиентами // Отдел маркетинга. – 2005. – №3. – С. 24–26. 4. Мотина М. П. Выставочная деятельность и способы формирования коммуникативной сети промышленного предприятия // Автореф. дисс... д-ра экон. наук. – Орел, 2006. – 20 с. 5. Карделл С. Стратегическое сотрудничество: Креативный бизнес-курс / Стивен Карделл. – Пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 256 с. 6. Махова Г.В. Вибір способу взаємодії підприємств в межах стратегічних альянсів / Г.В. Махова // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №28/2. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. – 288с. – С.159-166. 7. Гамидуллаєв Р. Б. Маркетинговые возможности и преимущества построения отношений между партнёрами / Р. Б. Гамидуллаєв // Организатор производства № 1(3). Региональный выпуск, МАОП. – Пенза, 2002. – С. 47–48.

Поступила в редколлегию 29.05.2011

УДК: 174:658:38:377:36

Г.П. РЕКУН, канд. екон. наук, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків,

Ю.В. ТКАЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, Державний інститут підготовки кадрів Мінпромполітики України, Харків.

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розкриті основні поняття етики бізнесу, обґрунтовано значимість дотримання норм на правил етики у бізнесу, досліджено основні принципи етики бізнесу на міжнародному рівні, а також взаємовідносин організації з покупцями, інвесторами та персоналом.

В статье раскрыты основные понятия этики бизнеса, обоснована значимость соблюдения норм и правил этики в бизнесе, исследованы основные принципы этики бизнеса на международном уровне, а также взаимоотношения организации с покупателями, инвесторами и персоналом.

In the article reveals the basic concepts of business ethics, the importance of the observance of the rules of business ethics, the main principles of business ethics at the international level, as well as the relationships of the organization with customers, investors and staff

Постановка проблеми. Докорінна перебудова всієї системи соціально-економічних відносин, що відбувається в сучасному світі, актуалізує проблему запровадження ефективних в економічному та моральному відношенні форм господарювання. Як свідчить сучасний соціоекономічний досвід (США, Японія, Німеччина, Ізраїль, Канада), така ефективність забезпечується тим, що власне економічні важелі виробництва істотно доповнюються чинниками етичного характеру.

Аналіз публікацій. М. Г. Тофтул визначає етику бізнесу як складову етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації [1].

Герчикова І. Н. розглядає етику бізнесу у міжнародній комерційній практиці як сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах [2].

Джим Коллінз у книзі "Від хорошого до великого", яка за рейтингом увійшла до кращих бізнес-книжок, написаних за останніх двадцять років, писав: "поєднуючи культуру дисципліни з етикою підприємництва, ви отримуєте магію видатних результатів" [3].

Актуальні методологічні та технологічні проблеми корпоративної культури та сутність поняття антикультури, вплив загальної культури на комерційний успіх підприємства розкриває О.М. Виходець [4].

"Зведення прибутку в ранг етичного принципу – це найбільша помилка людства, – пише Дж. Сорос, – а підміняти меркантильними цінностями всі інші – означає штовхати людство в напрямі небезпечного дисбалансу і подавляти всі людські сподівання" [5].

В.Ф. Баранівський, Т.Г. Скворцова визначають етичні засади сучасного бізнесу як складного багатопланового процесу розвитку контактів між суб'єктами фінансово-економічних відносин [6].

Метою статті є обґрунтування основного призначення етики бізнесу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Однією з причин, чому інвестиції в Україну надаються іноземними інвесторами не дуже охоче, є недовіра до наших підприємців, які не завжди дотримуються слова, підписаних контрактів, порушують етичні принципи ведення бізнесу, етику ділових стосунків.

Економічна діяльність, бізнес, менеджмент можуть успішно здійснюватися тільки за наявності загальноприйнятих етичних норм. Повинні існувати певні правила, норми, які вказують яка поведінка є допустимою, а яка ні. Адже, якщо діловий партнер не “тримає слово”, зриваються переговори, поставляються неякісні товари, відбувається обман, нечесна конкуренція, неповага, грубість до партнерів, клієнтів, покупця – це все буде гальмувати економічні успіхи, бізнес.

У другій половині ХХ ст. в світі зростало занепокоєння неконтрольованим зростанням економіки і небезпекою, яка стала результатом цього зростання. Постала необхідність в розробці і впровадженні принципів бізнес-етики. Використання принципів на норм етики бізнесу впливає на:

- регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку на підставі виконання договірних зобов'язань та дотримання права (виконання сторонами контрактних зобов'язань, покриття збитків партнеру в разі заподіяння шкоди, запобігання порушенням ділової практики та вільної конкуренції, додержання правил та норм, що стосуються реклами, використання товарних знаків та ін.);

- виконання норм та правил державного регулювання, в основі яких заходи контролю з боку держави за додержанням законодавства, стандартів, постанов та розпоряджень з конкретних питань підприємницької діяльності;

- регулювання відносин бізнесу із споживачами, направлене на сумлінне ставлення до споживача (чесність та достовірність характеру реклами, задоволення вимог споживачів щодо кількості, якості, асортименту, новизни, технічних характеристик товарів, дотримання стандартів та вимог щодо сертифікації продукції та ін.);

- відносини бізнесу із суспільством, які передбачають рішення та дії підприємців, спрямовані на підвищення рівня життя як працівників організації, так і суспільства загалом;

- культуру ділового партнерства, що базується на довірі, добропорядності, чесності, вмінні тримати своє слово, виключенні обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера, а також забезпеченні етичного ставлення підприємця до своїх працівників.

Практично всі напрямки бізнес етики мають правила, відповідають нормам поведінки в широкому сенсі. Крім того, всі без винятку напрямки етики бізнесу базуються на основних нормах етики: повага почуття власної гідності і особистого статусу іншої людини, розуміння інтересів і мотивів поведінки оточуючих, соціальна відповідальність за їх психологічну захищеність і т.д

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему ставлять перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане із соціальною відповідальністю бізнесу. В цій сфері українським підприємствам потрібно звернути увагу на такі аспекти бізнес-етики, як: добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація програм підвищення фаховості співробітників; реалізація програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників; реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу; реалізація благодійних і спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

Міжнародний Інститут Ділової Етики (International Business Ethics Institute) сформулював чотири сфери, у яких повинні діяти компанії, щоб установити свою репутацію [2]. По-перше, це чесна робота з інвесторами й споживачами. По-друге, поліпшення ситуації всередині колективу – підвищення відповідальності й умотивованості співробітників, зниження плинності кадрів, підвищення продуктивності тощо. По-третє, професійна робота над репутацією, оскільки погіршення репутації неминуче позначиться на результатах роботи компанії. По-четверте, грамотна робота з нормативними актами й фінансами – тільки суворе дотримання «духу» і «букви» закону уможливило створення довгострокового майбутнього для фірми.

Принципи етики бізнесу - це узагальнений вираз моральних вимог, вироблених в моральній свідомості суспільства, які вказують на норми поведінки учасників ділових відносин. Основні принципи етики бізнесу на міжнародному рівні, а також взаємовідносин організації з покупцями, інвесторами та персоналом наведені на рис. 1.

Принципи етики бізнесу забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством. Макрорівневий підхід особливо важливий в умовах кризового буття, коли відбувається трансформація головних економічних інститутів. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль щодо вирішення етичних проблем на рівні трудових колективів.

Як складова менеджменту організації етика бізнесу визначає систему моральних цінностей, критеріїв та параметрів відносин між керівником і співробітниками, відносин в організації загалом.

Ефективність бізнесу, ефективність діяльності організації в значній мірі залежать від моральних якостей керівника, які виявляються у його діловій поведінці, взаємодії та спілкуванні (відповідальність за доручену справу, корпоративна солідарність, самовдосконалення, повага до людей та ін.).

Американська асоціація вищих керівників 250 корпорацій опублікувала звіт про етичну політику і практику своїх членів. У звіті зроблено висновок про те, що менеджери, особливо вищої ланки, повинні підтримувати норми етичної поведінки, виступати ініціаторами формування етичних цінностей у компаній.

Значимість етики у бізнесі також полягає у тому, що вона виконує функції не тільки моральної оцінки, але, що важливо, є засобом прийняття рішень, що дає можливість правильно вирішувати бізнесові та управлінські питання, розв'язувати суперечливі та конфліктні проблеми морального характеру.

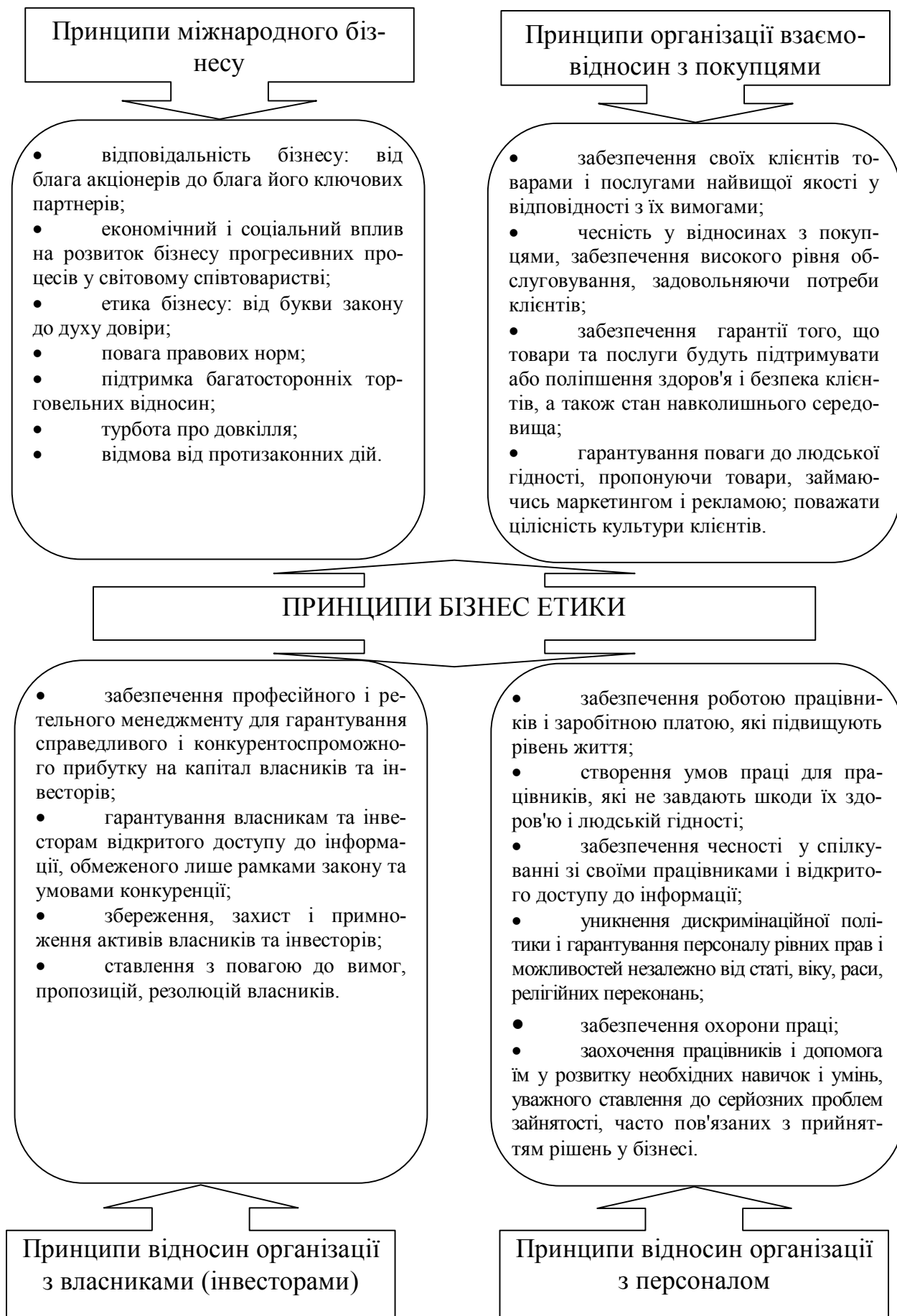


Рис. 1. – Основні принципи бізнес етики

Висновки. Таким чином, ступінь дотримання партнерами етичних стандартів відіграє вагомую роль у бізнесі. Без чесності і порядності в системі відносин між фірмами, банками та окремими фізичними особами ефективна і тривала підприємницька діяльність неможлива. Без дотримання ділового протоколу та етичних норм бізнес, який в багатьох випадках ґрунтується на основі неформальних угод, неформальних контактів, довіри партнерів один до одного, виявляється неефективним. Тому у своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватися усталеними нормами поведінки. Перспективою подальших досліджень є вивчення зарубіжного досвіду етики ділового спілкування.

Список літератури: 1. Тофтул М.Г. Етика / М. Г. Тофтул. -Київ: Видавничий центр «Академія». - 2005. 2. Герчикова І. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учебн. пособие / И. Н. Герчикова. – М.: Консалтбанк, 2002. – 576 с. 3. Коллинз Дж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет.: Пер. с англ./ Дж. Коллинз - М., 2001. 4. Виходець О.М. Антикультура в менеджменті та етика її подолання: монографія / О.М. Виходець. – О.: Олтех, 2009. – 74 с. 5. Сорос Д. Кризис мирового капитализма [електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://capitalizm.narod.ru>. 6. Баранівський В.Ф. Етика бізнесу: навч. посіб. / В.Ф. Баранівський, Т.Г. Скворцова. – К.: Лицар, 2009. – 182 с.

Надійшла до редколегії 17.06.11

УДК 332.1

В.Б. РОДЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків

МЕТОДИКА ТА ПОБУДОВА РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ЕКОНОМІКО-ВИРОБНИЧОГО ТА СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТ УКРАЇНИ

У статті обґрунтовано систему показників економіко-виробничого та соціально-демографічного розвитку міст України. Викладено методичний підхід та побудовано рейтингову оцінку міст обласного та республіканського значення.

В статье обоснована система показателей экономико-производственного и социально-демографического развития городов Украины. Изложен методический подход и построена рейтинговая оценка городов областного и республиканского значения.

The article proves the system of indicators of the economic-industrial and socio-demographic development of the towns of Ukraine. Sets forth the methodical approach and built a rating of towns of regional and republican value.

Актуальність проблематики порівняльної оцінки соціально-економічного розвитку економічних систем підтверджується широким дослідженням цієї проблематики в різних аспектах управління економікою. Дослідження розвитку характеризується складністю та необхідністю врахування багатьох складових. В останні роки особливого поширення набули різноманітні порівняльні рейтингові оцінки рівня розвитку держав та регіонів. Проте, на сьо-

годнішній день недостатньо дослідженим залишається рівень соціально-економічного розвитку міських комплексів, як центрів концентрації соціально-економічного потенціалу та бізнесової активності в Україні.

Порівняння рівня розвитку міських комплексів являє собою багатоаспектне завдання, що може мати різні варіанти розв'язання в залежності від мети, що ставиться та критеріальних ознак, які обираються для оцінки рівня міського розвитку. *Дослідження літературних джерел показало*, що На сьогоднішній день, найбільш розгорнений рейтинг соціально-економічного розвитку міст здійснений колективом журналу «ТОП 100». [1] У згаданій праці проведено аналіз 70 найбільших міст України за рівнем соціально-економічного розвитку. Для аналізу економічного розвитку використано бальні оцінки за шістьма показниками, а саме: обсяг реалізації промислової продукції; загальна площа житла введеного в експлуатацію; обсяг інвестицій у основний капітал; обсяг прямих іноземних інвестицій; обсяг роздрібного товарообороту та обсяг зовнішньоторговельного обороту. Для побудови рейтингу соціального розвитку було використано вісім показників, а саме: витрати бюджету; рівень безробіття; середньомісячна заробітна плата; забезпеченість житлом, кількість зареєстрованих злочинів; викиди шкідливих речовин у повітря; коефіцієнти смертності та народжуваності.

Безсумнівно, пропонований рейтинг є значним внеском у питання вивчення міського розвитку в Україні, проте деякі його положення є дискусійними і потребують уточнення. Наприклад, використання загальної площі введеного в експлуатацію житла, на думку автора статті, більше характеризує соціальні аспекти розвитку. Витрати бюджетів міст є універсальним індикатором та можуть характеризувати обидва напрями. Проте, якщо розглянути їх наповнення – переважна більшість витрат припадає на захищені витрати серед яких переважає заробітна платня робітників бюджетних установ. За умови використання в рейтингу показника заробітної плати витрати бюджету доцільно було б віднести до групи економічних показників і т.д.

Саме тому, у пропонованій статті *за мету* було поставлено побудову методики та рейтингової оцінки міст України. Автором здійснено спробу побудувати рейтинг соціально-економічного розвитку міст України. Аналіз проведено

за містами України що мають обласний та загальнодержавний статус. На 1 січня 2011 року в Україні налічується 459 міст [1], зокрема 176 міст обласного і республіканського (АР Крим) значення, а також два міста загальнодержавного значення: Київ і Севастополь. Загальний обсяг виборки склав 178 міст, до їх числа увійшли 176 міст обласного значення (не враховано м. Прип'ять) та міста республіканського значення.

В якості ключової гіпотези для оцінки рівня розвитку міських комплексів обрано вивчення рівня економіко-виробничого та соціально-демографічного параметрів. Такий підхід орієнтований, в першу чергу на віддзеркалення соціальної та економічної складової існування людини в місті. Для обчислення рейтингу всі показники використані в розрахунку на душу або на 10 тис. населення, що дало змогу порівнювати міста різного масштабу, та якомога більше наблизитися до оцінки рівня існування людини.

Показники обрані для оцінки економіко-виробничого розвитку міста та логіка їх використання подані у таблиці 1.

Таблиця 1 - Система показників оцінки економіко-виробничого розвитку міста

НАЗВА ПОКАЗНИКА	РОЛЬ У ВІДДЗЕРКАЛЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА
1. Обсяг інвестицій в основний капітал у розрахунку на одну особу, грн. (у фактичних цінах)	Характеризує загальну тенденцію формування основного капіталу у місті; відображає активність формування економічного потенціалу міста
2. Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу, доларів США	Характеризує зовнішньоекономічну активність міста та віддзеркалює активність інтеграції міського комплексу у міжнародні процеси
3. Обсяг роздрібного товарообороту підприємств у розрахунку на одну особу, грн.	Характеризує активність споживчих ринків міста
4. Податок з доходів фізичних осіб у розрахунку на 1 особу, грн	Характеризує середній рівень надходжень податку з доходів фізичних осіб, який є головним бюджетоутворюючим податком міст. Відображає, як прямий податок частку доходної бази населення.
5. Видатки бюджету у розрахунку на 1 особу, грн	Характеризує рівень витрат міського менеджменту на одну особу
6. Капітальні видатки у розрахунку на 1 особу, грн	Характеризує обсяг капітальних витрат бюджету міста на одну особу. Відображає рівень активності розвитку потенціалу міста
7. Кількість малих підприємств у розрахунку на 10000 населення, одиниць ²	Кількісно характеризує інституційний розвиток малого підприємництва в місті
8. Кількість суб'єктів ЄДРПОУ у розрахунку на 10 тис. мешканців, одиниць	Кількісно характеризує інституційний розвиток економічних суб'єктів в місті

Для оцінки соціально-демографічного розвитку міста використані показники подані в таблиці 2.

Таблиця 2 - Показники соціально-демографічного розвитку міста

НАЗВА ПОКАЗНИКА	РОЛЬ У ВІДДЗЕРКАЛЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА
1. Обсяг введеного в експлуатацію житла у розрахунку на 1000 населення, кв. м загальної площі	Характеризує активність розвитку житлової інфраструктури в місті, і відповідно загальну перспективність проживання в місті
2. Забезпеченість населення житлом, кв. м загальної площі у середньому на 1 особу	Характеризує рівень інтенсивності використання житлової інфраструктури в місті. Зростання цього показника характеризує покращення житлових умов населення.
3. Обсяг реалізованих послуг у розрахунку на одну особу, грн.	Характеризує рівень споживання населенням послуг, та відображає рівень розвитку соціальної системи міста
4. Середньомісячна номінальна заробітна плата найманих працівників, грн.	Характеризує загальний рівень головної складової доходної бази мешканців міста
5. Рівень зареєстрованого безробіття, %	Характеризує рівень недовикористання трудового потенціалу міста. Даний показник може бути інтерпретований як кількість незайнятих на кожні 100 осіб активного населення в місті.
6. Коефіцієнт міграційного приросту по місту	Характеризує реакцію населення на сприятливість міського середовища для життя
7. Рівень народжуваності по місту	Характеризує загальний рівень народжуваних, може відображати якість інфраструктури материнства і дитинства.
8. Рівень смертності по місту (на 1000)	Характеризує загальний рівень інфраструктури охорони здоров'я
9. Рівень злочинності у розрахунку на 1000 осіб наявного населення, одиниць	Характеризує загальний рівень кримінального середовища в місті.

Як видно з наведених таблиць, для оцінки стану міського середовища використовувалися абсолютні показники, що дозволяє оцінити статичний рівень міського розвитку.

Для здійснення розрахунків та забезпечення порівнянності показників, були визначені нормовані значення показників. Найбільш коректним, на думку автора було нормування значень кожного показника по відстані між найбільшим та найменшим значенням показника за містами. Розрахунки, для показників зростання яких позитивно впливає на якість розвитку міста здійснювалися за формулою:

$$П_i = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}, \quad (1)$$

де x_i – значення показника для i -го міста;

X_{max} , X_{min} - відповідно найбільше та найменше значення показника серед усіх досліджуваних міст.

Для показників, збільшення яких відображає негативні тенденції розвитку міста розрахунок здійснено за формулою:

$$П_i = \frac{X_{max} - X_i}{X_{max} - X_{min}}, \quad (2)$$

Значення загального показника економіко-виробничого (соціально-демографічного) розвитку для кожного міста розраховано як сума відповідних показників. Автором були здійснені розрахунки показників розвитку міст у 2007 -09 роках.

Проведені дослідження дозволили отримати рейтингові оцінки розвитку міст України за двома складовими. Для їх поєднання було використано підхід, що забезпечує порівняння рівня розвитку міста з еталонним значенням. З цією метою здійснені розрахунки відстані на площині показників міст від еталонного значення. Для розрахунків використана формула:

$$D = \sqrt{(П_{еталон}^{ев} - П_i^{ев})^2 + (П_{еталон}^{сд} - П_i^{сд})^2}, \quad (3)$$

де $П_{еталон}^{ев}$, $П_i^{ев}$ – відповідно, еталонний та фактичний показники рейтингу економіко-виробничого розвитку міста;

$П_{еталон}^{сд}$, $П_i^{сд}$ – відповідно, еталонний та фактичний показники рейтингу соціально-демографічного розвитку міста.

Таблиця 3 містить результати розрахунку рейтингу міст України за показниками 2009 року.

Таблиця 3 Результати узагальненої рейтингової оцінки економіко-виробничого та соціально-демографічного розвитку міст України у 2009 році

Місто	R	Місто	R	Місто	R	Місто	R
Київ	1	Южноукраїнськ	46	Єнакієве	91	Бердичів	135
Яремче	2	Ізмаїл	47	Авдіївка	92	Люботин	136
Теплодар	3	Болехів	48	Козятин	93	Чугуїв	137
Ялта	4	Запоріжжя	49	Маріуполь	94	Олександрія	138
Ірпінь	5	Ковель	50	Миргород	95	Хмільник	139
Сімферополь	6	Кременчук	51	Краматорськ	96	Новомосковськ	140

Продовження таблиці 3

Славутич	7	Вугледар	52	Нововолинськ	97	Докучаєвськ	141
Ужгород	8	Луганськ	53	Євпаторія	98	Ромни	142
Львів	9	Моршин	54	Ясинувата	99	Горлівка	143
Бориспіль	10	Феодосія	55	Первомайськ	100	Костянтинівка	144
Ів.-Франківськ	11	Свердловськ	56	Коростень	101	Первомайськ	145
Іллічівськ	12	Вільногірськ	57	Красноперекопськ	102	Рубіжне	146
Дніпропетровськ	13	Калуш	58	Володимир-Вол.	103	Біла Церква	147
Донецьк	14	Жданівка	59	Дніпродзержинськ	104	Орджонікідзе	148
Южне	15	Знам'янка	60	Сєверодонецьк	105	Фастів	149
Комсомольськ	16	Красноармійськ	61	Кіровське	106	Конотоп	150
Добропілля	17	Нова Каховка	62	Тернівка	107	Світловодськ	151
Судак	18	Коломия	63	Березань	108	Ржищів	152
Чоп	19	Краснодон	64	Красний Луч	109	Лебедин	153
Трускавець	20	Червоноград	65	Сміла	110	Могилів-Под.	154
Одеса	21	Нетішин	66	Антрацит	111	Жовті Води	155
Севастополь	22	Самбір	67	Павлоград	112	Стаханов	156
Новодністровськ	23	Кривий Ріг	68	Лубни	113	Глухів	157
Харків	24	Армянськ	69	Охтирка	114	Шостка	158
Алушта	25	Дрогобич	70	Шахтарськ	115	Синельникове	159
Чернівці	26	Котовськ	71	Новгородівка	116	Ніжин	160
Хмельницький	27	Ладижин	72	Каховка	117	Нікополь	161
Рівне	28	Алчевськ	73	Золотоноша	118	Брянка	162
Енергодар	29	Чернігів	74	Першотравенськ	119	Торез	163
Тернопіль	30	Стрий	75	Жмеринка	120	Первомайський	164
Херсон	31	Красний Лиман	76	Сніжне	121	Очаків	165
Миколаїв	32	Канів	77	Новоград-Вол.	122	Токмак	166
Кузнецовськ	33	Прилуки	78	Слов'янськ	123	Ізюм	167
Луцьк	34	Буча	79	Макіївка	124	Дружківка	168
Полтава	35	Бровари	80	Керч	125	Марганець	169
Хуст	36	Кам'янець-Под.	81	Вознесенськ	126	Переяслав-Хмельн.	170
Мукачево	37	Харцизьк	82	Умань	127	Новий Розділ	171
Суми	38	Куп'янськ	83	Лисичанськ	128	Старокостянтинів	172
Білгород-Дністр.	39	Селидове	84	Мелітополь	129	Славута	173
Кіровоград	40	Саки	85	Джанкой	130	Шепетівка	174
Черкаси	41	Малин	86	Бердянськ	131	Дубно	175
Вінниця	42	Борислав	87	Димитров	132	Кіровськ	176
Житомир	43	Артемівськ	88	Дзержинськ	133	Острог	177
Берегово	44	Васильків	89	Лозова	134	Ватутіне	178
Ровеньки	45	Дебальцеве	90				

Значення еталонних показників обиралися за найкращим досягнутим рівнем серед усіх міст України. Відповідно найменша відстань показника D від еталонного значення вважалася найкращим результатом.

Аналіз результатів рейтингової оцінки свідчить, що найбільш високим рівнем розвитку характеризуються міста, що мають специфічні конкурентні чинники розвитку, серед яких особливий адміністративний статус, специфічні при-

родно-кліматичні умови, наявність великих об'єктів транспортної та енергетичної інфраструктури. До першої третини рейтингу увійшли міста з найвищим рівнем соціально-економічної активності. Загалом слід зауважити, що відхилення абсолютних значень розрахованих параметрів соціально-демографічного та економіко-виробничого розвитку міст України є незначними, що свідчить про переважання тенденції рівномірності розвитку.

Список літератури: 1. Офіційний сайт "Верховна Рада України" : [електронний ресурс] // Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/z7502/a00_ 2. Рейтинг ТОП-100. Лидеры бизнеса Украины. Лучшие города и регионы Украины. - Выпуск 2, 2010.

Надійшла до редколегії 17.08.11

УДК 361.

В.І. УСПАЛЕНКО, професор, ХДТУБА, Харків,
К.В. ЛУКАШЕВИЧ, студентка, ХДТУБА, Харків.

«МАЛІ БАНКИ» І ЇХ ПЕРСПЕКТИВИ

В статті розглянуто принцип розподілу банків за критеріями на групи, наведено кількість банків в Україні у динаміці. На основі пропозицій Національного банку в статті було зроблено розподіл банків на великі та малі, та доведено, що останні здатні ефективно функціонувати і скласти гідну конкуренцію великим банкам з погляду прибутковості цих установ, тобто вони необхідні державі. Зроблено зіставлення цієї проблеми в нашій країні з Російською Федерацією, а також на захист питання малих банків наведені вислови спеціалістів банківської сфери.

В статье рассмотрен принцип распределения банков по критериям на группы, приведено количество банков в Украине в динамике. На основе предложений Национального банка в статье было сделано распределение банков на крупные и мелкие, и доказано, что последние способны эффективно функционировать и составлять достойную конкуренцию крупным банкам с точки зрения доходности этих учреждений, то есть они необходимы государству. Сделано сопоставление этой проблемы в нашей стране с Российской Федерацией, а также на защиту вопроса малых банков приведены высказывания специалистов банковской сферы.

This article describes the principle of separation of banks in the group according to the criteria; it includes the number of banks in Ukraine in the dynamics. Based on suggestions from the National Bank there was made the separation of banks to large and small ones to prove that the small banks are able to operate effectively and to be worthy competition for large banks in terms of profitability of these institutions, that is, they are necessary to the State. Also, there was made a comparison of this problem in our country with the Russian Federation, and given the statements of experts of the banking sector to protect the issue of small banks.

Всю сукупність банківських установ прийнято розділяти на крупні фінансові установи та малі банки. В залежності від того, скільки банків є в державі, хто здійснює поділ та за яким критерієм, може бути три групи (наприклад ще середні), або більше. В Україні офіційно Національний банк України здійснює розподіл банків за розміром активів на чотири групи. До 2010 року НБУ у якості критерію поділу використовував також розмір регулятивного капіталу [1]. Як зазначив Беямінов В., якщо проводити класифікацію-2010 за критеріями попе-

реднього року, то ми б отримали картину, коли могли побачити колишній банк другої групи у четвертій, а відповідати критеріям першої та другої груп можуть лише одиниці. Нові критерії поділу банків на групи дозволили просто згладити реальні проблеми системи, хоч якось захистивши її від хаосу [2].

На кінець 2009 року ліцензію Національного банку України на здійснення банківських операцій мали 182 банки, 14 банків перебували у стані ліквідації. На кінець 2010 року діючими залишилися 176 банків, а ліквідувалися 18 банків [3]. Бачимо прямий вплив кризових явищ на фінансовий сектор. У цьому випадку держава звісно буде шукати шляхи зменшення впливу та негативних результатів кризи. Вона й повинна це робити, але чи всі заходи є правильними та раціональними?

У липні 2010 року Нацбанк прийняв Постанову №273, у якій зазначається, що до 01.01.2012 банки повинні наростити регулятивний капітал до 120 млн. грн. (для тих, в кого він менший цього розміру) [4].

Вже через кілька місяців у ЗМІ широко поширюється інформація щодо законопроекту № 0884. За цим документом мінімальний розмір статутного капіталу для нових створюваних кредитних установ повинен складати 500 млн. грн. Асоціація українських банків стурбована тим, що «показник мінімального статутного капіталу на момент реєстрації банку приймається НБУ як база для встановлення мінімального регулятивного капіталу й для діючих банків» [5].

На кінець 2010го року приблизно 70 банків мали регулятивний капітал менше 120 млн. грн. Тобто НБУ однією постановою обмежила діяльність одразу третині банків, зобов'язав їх власників збільшувати капітал. Якщо прийняти до увагу нову, але ще не прийняту постанову №0228, то, за заявою Асоціації українських банків в Україні залишиться усього 42 банка з приблизно 180.

Для перевірки раціональності ідей регулятора та потенційних результатів від прийняття таких нормативних актів автором статті були зроблені деякі розрахунки. При цьому мали місце такі умови та обмеження:

- розрахунки проводилися за даними, станом на 01.10.2010 р.;
- враховуючи, що регулятивний капітал не публікується разом з усією звітністю, до розрахунку брався показник власного капіталу.

Отже, на 1 жовтня 2010 року зі 176 банків, зареєстрованих та здійснюючих діяльність, 71 банк мали суму власного капіталу менше за 120 млн. грн. Ав-

тор розбив банки на 2 великі групи за цим критерієм та просумував загальні показники їх діяльності на той момент (табл. 1).

Як видно з табл. 1, в цілому відзначається така ситуація – абсолютно більшу частку займають великі банки. Не дивлячись на приблизно однакову чисельність груп, маленькі банки займають на ринку незначну частину. Негативним тут є те, що власний капітал маленьких банків має більшу частку від загальної суми, ніж їх частка, наприклад, у активах, чи інших показниках. Тобто власний капітал банківської системи більше сконцентрований у маленьких банках.

Таблиця 1 – Розділення банків за розміром власного капіталу (варіант 1)

Групи банків, за розміром власного капіталу	Активи, тис. грн.	Статутний капітал, тис. грн.	Власний капітал, тис. грн.	Операційні доходи, тис. грн.	Чистий прибуток/збиток, тис. грн.
Банки з капіталом більше 120 млн. грн.	884 505 039	134 811 789	127 138 377	50 045 313	-9 755 605
Банки з капіталом менше 120 млн. грн.	32 992 426	5 147 580	5 663 654	1 429 825	-243 299

При розділенні банків за граничним розміром капіталу у 500 млн. грн., отримано наступне (табл. 2).

Таблиця 2 – Розділення банків за розміром власного капіталу (варіант 2)

Групи банків, за розміром власного капіталу	Активи, тис. грн.	Статутний капітал, тис. грн.	Власний капітал, тис. грн.	Операційні доходи, тис. грн.	Чистий прибуток/збиток, тис. грн.
Банки з капіталом більше 500 млн. грн.	777 805 986	122 589 048	113 879 473	43 689 090	-9 197 408
Банки з капіталом менше 500 млн. грн.	139 691 479	17 370 321	18 922 558	7 786 048	-801 496

Як щодо цього розділення (табл. 2), то активи банків з великим власним капіталом займають приблизно 85% від усіх, так само як і власний капітал. Натомість з усієї суми чистого збитку на частку великих банків припадає 92%.

Результат розділення банків за розміром власного капіталу показав, що маленькі банки здатні ефективно існувати і складати відносну конкуренцію щодо отримання прибутків. Це пов'язано з тим, що вони менше вкладають в ризиковані активи і, зважаючи на невеликий розмір і гнучкість, здатні ефективніше контролювати свій кредитно-інвестиційний портфель.

У сусідній Російській Федерації також є подібні проблеми. Наразі мінімальний розмір капіталу для діючих банків там встановлений 90 млн. руб. З 1.01.2012 в дію вступить норма, яка примусить мати не менше 180 млн. руб. (слід зауважити, що навіть ця цифра значно менша за українські вимоги). Центробанк розглядає пропозицію щодо підвищення вимоги до мінімального капіталу до 0,5-1,0 млрд. руб. з 2015 року. Ось яку думку з цього приводу висловив С. Ігнат'єв, Голова ЦБ РФ: «Мы решили проверить гипотезу, что в "трудные" времена маленькие банки гораздо менее устойчивы, чем большие. Взяли перечень всех кредитных организаций, которые действовали на 1 сентября 2008 года, разбили ровно пополам по размеру активов – на "маленькие" и "большие". И посмотрели, у кого были отозваны лицензии либо началась процедура санации под угрозой отзыва лицензии в период до 1 января 2010 года, исключив из рассмотрения тех, у которых были отозваны лицензии за нарушения "противоотмывочного" законодательства, это все-таки другая статья. Так вот, из 81 кредитной организации, которые оказались финансово несостоятельными, к числу "больших" относится 46, к числу "маленьких" – только 35. Выходит, что гипотеза, что маленькие банки финансово менее устойчивы, чем большие, не подтверждается» [6].

Також підтримку щодо маленьких банків висловив: В. Пушкар'єв, голова правління ВТБ Банка (Україна): «Маленькие банки более гибки, способны решать проблемы оперативнее, могут спокойнее переждать не лучшие времена. Маленький банк ближе к клиенту, чем большой. Никогда крупный не будет так внимателен к человеку. Глава правления маленького банка сам выйдет на порог встречать клиента, потому что каждый для него – на вес золота. Поэтому, я считаю неправильными попытки провести закон о поднятии уровня регуляторного капитала – он перекроет кислород для многих маленьких банков» [7].

У підсумку треба сказати, що маленькі банки не є зайвими, вони здатні ефективно функціонувати, і, як показує практика, навіть у кризові часи. Також варто зауважити, що у грудні 2010 року НБУ програв суд перед Асоціацією українських банків щодо визнання його вимог незаконними. Тобто на цей час банки не повинні в обов'язковому порядку збільшувати свій регулятивний капітал до 120 млн. грн.

Список літератури: 1 *Донець А.* Класифікація банків. Тепер групують тільки за критерієм величини активів. / *А. Донець* [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://ua-bank.com/rejtingi-bankov/88-klassifikatsija-bankov-gruppy-po-aktivam.html>. 2 *Белямінов В.* Що дала перегрупування банків України за новими критеріями. / *В. Белямінов* [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://belvol.livejournal.com/85714.html>. 3 Національний банк України. Банківський нагляд [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://bank.gov.ua/Publication/bank_sup.htm. 4 *Берегуля А.* НБУ заборонив банкам привертати депозити від населення. Постанова НБУ № 273 від 9.06.2010. / *А. Берегуля* [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://vkladchik.in.ua/index.php/banks-link/bank-articles-link/328-postanovlenie-nbu-273-zapret-deposity>. 5 *Губар О.* Розмір має значення. / *О. Губар* [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.kommersant.ua/doc.html?docId=1511580>. 6 Газета «Коммерсант» № 238 (4538) від 23.12.2010 «Керівники банку здатні вкрасти активи за пару годин» [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1562551>. 7 *Голландс С.* У 2011 році банки готують тотальне перезавантаження відносин з клієнтами. / *С. Голландс* [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://smi.liga.net/articles/IT110012.html>.

Надійшла до редколегії 18.04.2011

УДК 336.64

Л.А. ФИЛИПКОВСКАЯ, канд. техн. наук, доцент, НАУ "ХАИ", Харків,
В.А. ГНИДЕНКО, студентка, НАУ "ХАИ", Харків.

ОЦЕНКА УРОВНЯ РЫНОЧНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ

Виделены составляющие экономической безопасности предприятия по оказанию услуг. Подход к определению оценки уровня рыночной безопасности основан на анализе и оценке экономической деятельности предприятия, определении степени соответствия внутренних возможностей предприятия рыночным условиям и оценивании уровня конкуренции на рынке услуг. Использован методика экспертного оценивания и логического вывода в условиях неопределенности.

Ключевые слова: внешняя среда, предприятие по оказанию услуг, рыночная составляющая экономической безопасности предприятия, конкурентоспособность предприятия.

Виділено складові економічної безпеки підприємства по наданню послуг. Підхід до визначення оцінки рівня ринкової безпеки заснований на аналізі й оцінці економічної діяльності підприємства, визначенні ступеня відповідності внутрішніх можливостей підприємства ринковим умовам і оцінюванні рівня конкуренції на ринку послуг. Використано методику експертного оцінювання та логічного висновку в умовах невизначеності.

Ключові слова: зовнішнє середовище, підприємство по наданню послуг, ринкова складова економічної безпеки підприємства, конкурентоспроможність підприємства.

Components of economic safety of the enterprise on rendering services are allocated. The approach to definition of an estimation of a level of market safety is based on the analysis and an estimation of economic activities of the enterprise, definition of a degree of conformity of internal opportunities of the enterprise to market conditions and estimation a level of a competition in the market of services. It is used a technique expert estimation and a logic conclusion in conditions of uncertainty.

Key words: an environment, the enterprise on rendering services, a market component of economic safety of the enterprise, competitiveness of the enterprise.

Постановка проблемы. В условиях рыночной экономики функционирование любого экономического объекта существенно зависит от внешней среды. На развитие предпринимательства влияет нестабильная политическая и социально-экономическая ситуация в Украине, несовершенное

коммерческое законодательство, криминализация общества и бизнеса. Потому возникла проблема обеспечения экономической безопасности.

Предприятия различного назначения ставят перед собой задачи повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции или услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, совершенствования маркетинговой деятельности и управления производством. Экономическая безопасность выше на тех предприятиях, которые не только знают, какие услуги предоставить, где и по какой цене предоставляются аналогичные услуги, но и как рационально организовать свой бизнес, чтобы достичь поставленных целей с наименьшими издержками и потерями.

Предприятия по оказанию услуг подвержены экономическим угрозам в наибольшей степени.

Традиционно понятие экономической безопасности включает в себя финансовую, интеллектуальную, кадровую, технологическую, правовую, экологическую, информационную, силовую составляющие [1].

В работе исследуется добавленная к ним рыночная безопасность. Она отражает степень соответствия внутренних возможностей развития предприятия внешним, которые складываются в рыночной среде. Об ослаблении рыночной составляющей экономической безопасности свидетельствуют:

- 1) уменьшение доли рынка, занимаемой предприятием;
- 2) ослабление конкурентных позиций и способности противодействовать конкурентному давлению;
- 3) снижение адаптационных возможностей предприятия к изменениям на рынке.

За обеспечение рыночной составляющей экономической безопасности отвечает служба маркетинга предприятия.

Анализ литературы. Экономическая безопасность предприятия является комплексным понятием [2, 3]. Она связана с внутренним состоянием предприятия и с воздействием внешней среды. В научных трудах таких авторов, как Портер М., Чубаков Г.Н., Березин И., Ильяшенко С.Н., Клебанова Т.С., Карасев А.П.,

уделено внимание анализу субъектов, с которыми предприятие вступает во взаимодействие.

Для облегчения учета факторы внешней среды разделяют на две основные группы: среда прямого воздействия и среда косвенного воздействия [4]. Их связи с предприятием показаны на рисунке 1.

Руководство предприятия учитывает факторы косвенного воздействия. При исследовании этой сложной среды используют экономико-математические методы прогнозирования.

В среде прямого воздействия уделяют особое внимание конкурентам. Это важный фактор, поскольку в настоящее время конкурентная борьба во всех экономических сферах продолжает обостряться. Проведение конкурентного анализа, оценивание конкурентоспособности предприятия и ее продукции на рынке актуальны.



Рис. 1. Факторы внешней среды

Формулирование целей статьи. Итак, взаимодействие предприятия с внешними субъектами осуществляется в рыночной среде, одним из параметров которой является общеэкономические риски, связанные со стадией развития экономики страны в целом. Целью данной работы является оценивание рыночной составляющей экономической безопасности предприятия по оказанию услуг на базе применения методов конкурентного анализа.

Использован следующий подход к определению оценки уровня рыночной безопасности:

- 1) анализ и оценка экономической деятельности предприятия;
- 2) определение степени соответствия внутренних возможностей предприятия рыночным условиям;
- 3) оценивание уровня конкуренции на рынке услуг.

Анализ экономической деятельности предприятия. Для оценки экономической безопасности предприятия важно исследование состояния предприятия. Авторы статьи провели анализ деятельности предприятия по оказанию услуг на примере Луганского областного казачьего конного театра. Направлениями его деятельности являются: организация и показ спектаклей, проведение культурно-массовых мероприятий; пропаганда культурных ценностей, содействие духовному и эстетичному развитию личности; предоставление методической и практической помощи школам верховой езды.

В экономическом анализе определяющую роль играют показатели финансового состояния. Результаты расчетов приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ финансового состояния предприятия Луганского областного казачьего конного театра «Лугари»

№	Наименование показателя	На начало периода (01.01.2009)	На конец периода (01.07.2009)	Изменения значения (конец/начало)	Изменения значения (%)
1	Коэффициент текущей ликвидности	3,68	3,84	1,043	4,35
2	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,08	0,16	2	100
3	Коэффициент финансовой напряженности	0,1	0,11	1,1	10

По данным таблицы можно сделать следующие выводы:

- коэффициент текущей ликвидности на начало и конец рассматриваемого периода соответствует нормативному коэффициенту (от 2 до 4);
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами конного театра «Лугари» на 01.07.2009 г. составил 0,16; финансовое состояние предприятия улучшилось (норматив – больше 0,1);
- коэффициент финансовой напряженности на конец периода составил 0,11 (норматив – меньше 0,1).

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие имеет положительную структуру баланса. Теперь выясним степень влияния внешней среды на деятельность предприятия.

Определение степени соответствия внутренних возможностей предприятия рыночным условиям. Такое исследование выполняется для выявления сильных и слабых сторон деятельности рассматриваемого предприятия и конкурентов с целью эффективного планирования и использования ресурсов. Предложенный подход – SWOT – анализ, который предполагает следующие действия:

- 1) определить сильные и слабые стороны деятельности Луганского областного казачьего конного театра «Лугари». Результаты приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Сильные и слабые стороны деятельности Луганского областного казачьего конного театра «Лугари»

Внутренние факторы		Внешние факторы	
Внутренние достоинства предприятия		Рыночные возможности	
Сильные стороны	1) высокая квалификация персонала;	1) выход на новые, более платежеспособные рынки других стран; 2) участие в тендерах на предоставление услуг на государственные праздники; 3) потребности потребителей в изменениях программы выступления.	
	2) преимущества в качестве предоставляемых услуг; 3) высокая эффективность деятельности предприятия; 4) лидирующие позиции на рынке по предоставлению услуг.		

Продолжение таблицы 2

<i>Внутренние недостатки предприятия</i>		<i>Рыночные угрозы</i>
Слабые стороны	1) отсутствие четких целей и стратегии развития; 2) несовершенная система информационного обеспечения; 3) низкий уровень организации маркетинговой деятельности; 4) узкая специализация; 5) недостаточные резервы свободных финансовых средств.	1) коррупция, особенно во внешнеэкономической деятельности, участии в тендерах; 2) появление новых конкурентов: отечественных и зарубежных; 3) активизация существующих конкурентов; 4) нестабильность на рынке предоставления услуг; 5) изменения политической и экономической ситуации в стране, особенно в свете последних политико-экономических событий.

2) выполнить оценивание степени влияния сильных и слабых сторон деятельности предприятия на реализацию рыночных возможностей и противодействия рыночным угрозам [5–7].

Для оценки предложено использовать коэффициенты уверенности – числа, отражающие степень уверенности в позитивном или негативном влиянии факта [4].

Шкала значений коэффициентов уверенности приведена в таблице 3. Минимальной оценкой является число – 1 (факт развития предприятия является ложным или предложенное мероприятие препятствует обеспечению конкурентоспособности предприятия), максимальной – число +1 (факт развития предприятия является истинным или предложенное мероприятие способствует повышению конкурентоспособности предприятия), величина 0 означает неопределенное влияние.

Таблица 3 – Шкала значений коэффициентов уверенности

Значение коэффициента уверенности	Пояснение
-1	Препятствует обеспечению конкурентоспособности предприятия
от -1 до -0,8	Почти наверняка препятствует
от -0,8 до -0,6	Скорее всего препятствует
от -0,6 до -0,3	Слабое отрицательное влияние
от -0,3 до +0,30	Нет однозначной оценки
от +0,3 до +0,6	Слабое положительное влияние
от +0,6 до +0,8	Скорее всего способствует
от +0,8 до +1	Почти наверняка способствует
+1	Способствует повышению конкурентоспособности предприятия

Авторами заполнена матрица, в которой сделан анализ сочетаний сильных и слабых сторон деятельности предприятия с рыночными возможностями и угрозами. Матрица приведена в виде таблицы 4. Целыми числами обозначены соответствующие характеристики из таблицы 2.

Таблица 4 – Анализ рыночных возможностей Луганского областного казачьего конного театра «Лугари»

Характеристики		Рыночные возможности			Рыночные угрозы				
		1	2	3	1	2	3	4	5
Сильные стороны	1	0,85	0,2	0,8	0,1	-0,7	0,4	0,3	0,6
	2	0,7	0,6	0,5	0,5	0,3	0,7	0,5	0,4
	3	0,7	0,8	0,3	0,1	0,3	-0,2	-0,3	-0,6
	4	0,85	0,85	0,5	-0,3	-0,5	0,6	0,7	0,5
Слабые стороны	1	0,3	0,3	-0,3	-0,5	-0,6	-0,5	-0,6	-0,6
	2	0,4	0,4	-0,6	-0,3	-0,6	-0,4	-0,6	0,3
	3	-0,3	0,3	-0,3	-0,3	-0,5	-0,6	-0,6	-0,7
	4	0,5	-0,4	0,5	-0,3	-0,4	0,3	-0,7	-0,6
	5	0,3	0,3	0,3	-0,3	-0,3	0,5	-0,8	-0,4

В таблице проставлены оценки, характеризующие степень влияния сильных и слабых сторон деятельности предприятия на перспективы использования существующих рыночных возможностей и противодействия рыночным угрозам.

Каждая из характеристик рассматривается как свидетельство наличия или отсутствия угрозы рыночной безопасности предприятия.

Элементы матрицы из таблицы 4 последовательно комбинируют, отдельно по столбцам и по строкам, последовательно подставляют в расчетные формулы:

$$K_0 = \begin{cases} K_1 + K_2 \times (1 - K_1), & \text{если } K_1 > 0 \text{ и } K_2 > 0 \\ -(|K_1| + |K_2| \times (1 - |K_1|)), & \text{если } K_1 < 0 \text{ и } K_2 < 0 \\ \frac{K_1 + K_2}{1 - \min(|K_1|, |K_2|)}, & \text{если } K_1 < 0 \text{ и } K_2 > 0, \text{ или } K_1 > 0 \text{ и } K_2 < 0 \end{cases}$$

где K_0 – суммарный коэффициент уверенности в успешной реализации мероприятий по обеспечению конкурентоспособности предприятия по двум свидетельствам K_1 и K_2 .

На основании таблицы 4 были проведены расчеты в электронных таблицах MS Excel. Полученная интегральная оценка составила $K_0 = 0,996934$, то

есть она близка к значению 1. Это свидетельствует, что на рынке наблюдается устойчивое состояние конкурентоспособности предприятия, а по градации уровня рыночной составляющей экономической безопасности – его стабильное развитие.

Оценивание уровня конкуренции на рынке услуг. Авторы статьи провели маркетинговые исследования рынка услуг следующих конных театров:

- 1) „Запорожские казаки”, г. Запорожье;
- 2) „Лугари”, Луганская область, п.г.т. Меловое;
- 3) „Скиф-Арт”, г. Киев;
- 4) „Бурульча”, АР Крым.

На рисунке 2 представлена диаграмма долей рынка услуг конных театров.

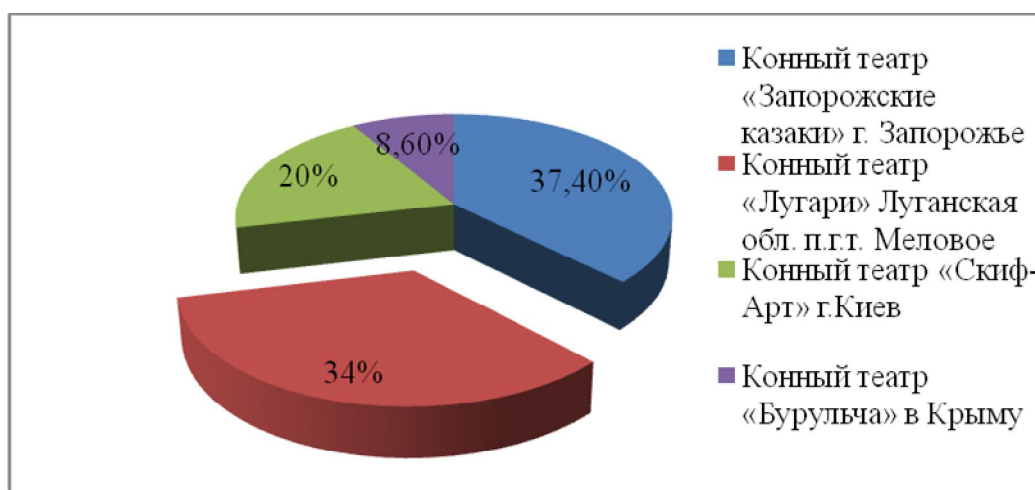


Рис. 2. – Характеристика рынка услуг

Одним из методов оценки уровня конкуренции на рынке является применение индекса Герфендаля. Его использование обосновано в [8].

Индекс Герфендаля определяется как сумма квадратов долей рынка, которые занимают предприятия, работающие в исследуемой отрасли:

$$G = \sum_{i=1}^n q_i^2,$$

где q_i – доля рынка i -го предприятия.

Поскольку доли рынка берутся в процентах, то значение индекса может колебаться от 0 до 10 000. Чем больше значение индекса Герфендаля, тем ниже уровень конкуренции на рынке и тем ближе он к монопольному.

Согласно результатам маркетингового исследования индекс для рынка услуг конных театров составил $G = 37,4^2 + 34^2 + 20^2 + 8,6^2 = 3028,76$.

Значения индекса показывает, что рынок данных услуг характеризуется как монопольный и неконкурентный.

Практическое применение оценки рыночной безопасности. Комплексные результаты оценивания рыночной составляющей экономической безопасности Луганского областного казачьего конного театра «Лугари» должны помочь руководителю принять важные финансовые решения. В частности, эта информация позволит узнать – целесообразно ли привлечение дополнительных заемных средств. По выше приведенным расчетам можно предположить, что данное предприятие по оказанию услуг может развиваться без привлечения источников финансирования.

Чтобы проверить это утверждение, авторы сделали расчеты финансового состояния Луганского областного казачьего конного театра «Лугари», представленные в таблице 5.

Таблица 5 – Финансовая устойчивость Луганского областного казачьего конного театра «Лугари»

Показатель	Анализируемые годы			Изменения значения в 2009 г. от 2008 г. (%) (Г2/Г1)	Изменения значения в 2010 г. от 2008 г. (%) (Г3/Г1)	Изменения значения в 2010 г. от 2009 г. (%) (Г3/Г2)
	2008 г. (Г1)	2009 г. (Г2)	2010 г. (Г3)			
1. Коэффициент обеспеченность материальных запасов собственными средствами	0,324	-0,3	1,06	-92,6	327,2	353,3
2. Коэффициент реальной стоимости имущества	0,28	0,38	0,36	136,07	127,82	93,94
3. Коэффициент структуры заемного капитала	0,71	0,7	0,66	99,49	93,77	94,25
4. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств. Коэффициент самофинансирования.	0,55	0,48	0,51	87,23	93,07	106,7
5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,04	-0,04	0,13	-97,00	309,43	318,99
6. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	0,28	0,25	0,25	90,13	90,50	100,42

На основании проведенных расчетов можно сделать вывод о том, что в 2010 году у предприятия значительно возросла степень обеспеченности собственными оборотными активами по сравнению с 2008 г. и 2009 г. Так же в 2010 году сформирована значительная доля запасов за счет собственных средств.

Значение коэффициента самофинансирования самое большое в 2008 году. Это означает, что у предприятия в 2008 году была высокая финансовая независимость от привлеченного капитала по сравнению с другими годами, при этом наблюдается динамика к увеличению значения показателя.

Приведенные расчеты позволяют учесть вероятностную природу характеристик внешней и внутренней среды, что дает возможность принимать решения в условиях большей определенности и меньшего риска.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Оценивание экономической безопасности предприятия разрешает в значительной мере преодолеть мировоззренческую позицию экспертных оценок финансово-хозяйственного состояния предприятия, снизить риск принятия неадекватных управленческих решений, повысить их объективность и точность.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на нахождение путей повышения конкурентоспособности предприятия, различных вариантов инновационного развития рыночных возможностей.

Полученные результаты позволяют сделать выводы о применении анализа конкурентоспособности для повышения эффективности деятельности предприятия и формировании эффективного механизма управления экономической безопасностью предприятия.

Список литературы: 1. Козаченко А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения: Монография / А.В. Козаченко, В.П. Пономарев, А.Н. Ляшенко. – К.: Либра, 2003. – 280 с. 2. Ильяшенко С.Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке // Актуальні проблеми економіки, 2003. – № 3 (21). – С. 12-19. 3. Клебанова Т.С. Усиление неравномерности развития регионов как угроза экономической безопасности / Т.С. Клебанова, Л.С. Гурьянова // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2010. – № 29. – С. 32-37. 4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с. 5. Экономика предприятия / Под общ. ред. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. – 638 с. 6. Бакаев А.А. Экспертные системы и логическое программирование / А.А. Бакаев, В.И. Гриценко, Д.Н. Козлов. – К.: Наукова думка, 1992. – 220 с. 7. Ільяшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД

„Університетська книга”; К.: Видавничий дім „Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с. 8. Карасев А.П. Использование методов конкурентного анализа в маркетинговой деятельности предприятия // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2009. – №3. – С. 200 – 210.

Надійшла до редколегії 15.05.11

УДК: 338.48

В.В. ПОКОЛОДНИЙ, канд. екон. наук, доцент, УкрДАЗТ, Харків

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ТУРИСТИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті досліджено основні поняття страхування у туризмі. Визначені основні проблемні питання страхування у туризмі. Обґрунтовано основні заходи захисту сфери туризму та розвитку ринку туристичного страхування в Україні.

В статье исследованы основные понятия страхования в туризме. Определены основные проблемные вопросы страхования в туризме. Обоснованы основные меры защиты сферы туризма и развитие рынка туристического страхования в Украине.

The article is devoted to the basic concepts of insurance in tourism. Defined are the main problematic issues of insurance in tourism. The main justification of the measures of protection in the sphere of tourism and development of the market of travel insurance in Ukraine.

Постановка проблеми. Пріоритетом державної політики в галузі страхування будь-якої країни з ринковою економікою є підвищення ролі страхування та забезпечення умов для його ефективного розвитку. Одним із головних напрямків подальшого розвитку страхування з метою зміцнення його ролі і значення в Україні є розширення спектру та збільшення обсягів продуктів і послуг на страховому ринку, створення позитивного іміджу страхування.

У зв'язку зі значним обсягом виїздів громадян України за межі держави, а також збільшенням кількості подорожуючих в Україні проблема створення ефективного механізму захисту інтересів туристів в процесі реалізації договірних відносин з приводу надання туристичних послуг. Особливо великого значення набувають питання, пов'язані зі страхуванням туристів. Отже, обрана тема є досить актуальною.

Страхування туристичної подорожі для мешканців країн західної Європи чи Америки швидше є закономірністю, а не додатковою, оригінальною послугою. Для громадян України туристичне страхування – це поняття, тотожне із поняттям майбутнього. Щоправда, обсяги туристичного страхування останнім часом зростають, що свідчить про те, що відпочивати – це корисно, але ще краще відпочивати безпечно і спокійно.

Аналіз останніх публікацій. Різноманітні аспекти питання страхування у туризмі висвітлені у багатьох працях вчених-економістів та законодавчих актах.

В.Ф. Кифяк визначає страхування в туризмі, як систему відносин між страховою компанією і туристом по захисту його життя і здоров'я та майнових інтересів при настанні страхових випадків визначає у своїй праці [1].

У Словнику страхових термінів страхування туристів (travel insurance) визначається як обов'язкове і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають ліцензію на таке страхування та передбачає покриття медичних витрат у разі нещасного випадку [2].

М.П.Мальська розглядає основні особливості страхування в туризмі, такі як ризикованість (імовірність подій), короткочасність поїздок, невизначеність настання страхових випадків [3].

Відповідно до змін у Законі України "Про туризм" від 18.11.2003 № 1282-IV, туристичні оператори та туристичні агенти для покриття своєї відповідальності за збитки, які можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи банкрутства, повинні надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристами [4].

В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) "Туристично-екскурсійне обслуговування", який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну [5].

Метою статті є розкриття сутності страхового захисту туристичної діяльності в сучасних ринкових умовах і визначення шляхів прискорення розвитку страхування туристів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні питання розвитку страхового бізнесу не привертає належної уваги держави. Український страховий ринок ще молодий і перебуває у стадії формування. Але уже сьогодні проявляються ознаки того, що страхування стає важливішим сегментом ринкових економічних відносин. Саме страхування в змозі забезпечити не тільки безпеку, стабільність, соціальні гарантії в суспільстві через механізм страхового захисту, але у перс-

пективі може стати серйозним механізмом перерозподілу інвестиційних ресурсів і механізмом вирішення питання зайнятості населення.

Туристична галузь є невід'ємною складовою світового ринку. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), наприкінці 2003 року туризм посів перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг. Зважаючи на місце і роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки.

Виробляючи 11 % загальносвітового національного продукту, залучаючи 7 % світових інвестицій, туризм нині є найпотужнішою сферою світової економіки. На частку туризму припадає 11 % споживчих витрат, 5 % податкових надходжень. Ще у 1996 р. туризм випередив за валютними надходженнями, що зростають на 9 % щороку, експорт нафтопродуктів, автомобілебудування, телекомунікаційного обладнання, усі інші види послуг. Платежі до бюджету суб'єктів туристичної діяльності у 2009 році становили 196,5 млн. грн. і зменшились на 6 % або на 11,7 млн. грн. порівняно з 2008 роком. Таке скорочення платежів до бюджету можна пояснити збільшенням кількості приватних підприємств та фізичних осіб, які знаходяться на єдиному податку [6].

Україна має об'єктивні передумови, щоб стати однією з найрозвиненіших у туристському відношенні країн світу. Маючи вигідне геополітичне розташування, вона з давніх-давен є перехрестям транспортних та людських потоків з Півночі на Південь та із Заходу на Схід. Держава володіє значним туристсько-рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, переважно рівнинним ландшафтом, багатством флори й фауни, розвиненою мережею транспортних сполучень, культурно-історичними пам'ятками, широкою індустрією подорожей та туризму. В Україні, яка будує соціально зорієнтоване ринкове господарство, багато проблем пов'язано з визначенням економічного становища та перспектив розвитку готельного господарства, а також сфери туризму загалом, адже протягом 2009 року туристичні послуги фактично надавали 4 829 ліцензіата, з них: туроператорів – 1 475 і турагентів – 3 354, відповідно 31 % та 69 %. Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності протягом

2009 року становив 9,388 млрд. грн. і збільшився на 17 % або на 1,3 млрд. грн. порівняно з 2008 роком [6].

В сучасних умовах мікроекономічний рівень організації туристичного комплексу представлений широким колом учасників: туристичними фірмами, засобами розміщення, лікувально-оздоровчими установами, перевізниками, організаціями, що надають туристам додаткові послуги. Темпи розвитку сфери туризму в Україні мають тісну залежність, з одного боку, від ефективності функціонування суб'єктів туристичної діяльності, з іншого – від належної якості туристичних продуктів, які крім своїх основних характеристик, повинні містити елементи захисту та стабільності. І перше і друге можливе при наявності дієвого механізму захисту сфери туризму від цілої низки ризиків, які тут присутні.

Безпека туристів, їх страхування – це вимога часу ХХІ ст., яке визначене сторіччям туризму. Тому забезпечення цивілізованих умов подорожей туристів безпосередньо залежить від розвитку страхування туристичної сфери .

Першочерговими причинами необхідності широкого застосування страхування туристів зумовлена кількома причинами.

Однією з причин є зростання кількості подорожуючих. Так, наприклад, протягом 2010 року Україну відвідали 21,1 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 2 % або майже на 381,2 тис. осіб більше, ніж у 2009 році. Виїзний турпотік у 2010 р становив 17,2 млн. осіб та порівняно з 2009 р. збільшився на 12 % або на 1,8 млн. осіб [6].

Наступною причиною є те, що у ряді країн (Німеччина, США, Франція та ін.) не видають дозволу на в'їзд в їх країну без страхового поліса, котрий гарантував би оплату медичної допомоги. Наявність поліса медичного асистансу є необхідною умовою отримання візи. Асистанс - це перелік послуг (в межах угоди), які надаються в необхідний момент в натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне і фінансове сприяння [7].

Законом України “Про туризм” передбачено обов'язкове страхування туристів (медичне та від нещасного випадку), котре забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають лі-

цензію на здійснення такої діяльності. За бажанням туристи можуть самостійно укладати договори такого страхування [4].

Страхування у туризмі є дуже перспективним і важливим видом страхування як з соціальної точки зору, так і є досить важливим чинником у економічному житті країни і має певний вплив на політичне обличчя України.

Процес охоплення страховим захистом туристичної діяльності в Україні знаходиться на стадії становлення. Туристичні фірми активно співробітничать зі страховими компаніями з приводу страхування туристів, проте туристичний бізнес залишається поза страховим захистом.

Попит на страхові послуги у сфері туризму як і загалом в Україні залежить, перш за все, від обов'язковості того чи іншого виду страхування, а також від рівня ризиків потенційних страхувальників. На сьогоднішній день обов'язковими видами страхування охоплені виключно ризики виїзного туризму, поза увагою залишилися ризики внутрішнього туризму. У роботі туристичних підприємств і організацій ще є недоліки в забезпеченні захисту та безпеки туристів зокрема іноземних. Так, трапляються крадіжки особистих речей, грошей та автотранспорту у вітчизняних та іноземних туристів. Не охоплений страхуванням на сьогодні зелений туризм.

Найбільш неприйнятним є діючий порядок медичного страхування іноземних громадян, що в'їжджають в Україну. Відомо, що жодна з розвинутих країн не має такого порядку, але існуючі в Україні правила в'їзду провокують Посольства деяких країн експериментувати та вводити ті чи інші обмеження щодо визнання полісів для відкриття віз громадянам України.

В Україні, де швидко розвивається туристичний бізнес, відчувається проблема недостатньої кількості послуг зі страхування медичних витрат, а саме страховим компаніям недостатньо пропонувати лише класичні поліси асистансу.

Проблематичним є розвиток в Україні медичного асистансу, оскільки відсутня будь-яка статистична інформація, тому що, з одного боку, згідно Закону України „Про страхування”, цей вид страхування належить до особового страхування, а саме медичного, з іншого боку – згідно ліцензування медичний асистанс є видом добровільного майнового страхування [8].

Відбуваються різноманітні форми шахрайства при здійсненні медичного асирансу, серед яких виставлення завищених рахунків лікарями за ненадані послуги, фальсифікація страхових випадків, використання підроблених полісів, а також бажання клієнтів отримати сплату за послуги, надані в ситуаціях, які є виключеннями з числа страхових випадків.

Ціни на страхування туристів зараз дуже низькі, а це страхування, з одного боку, високо ризиковане, а, з другого боку, має високий рівень накладних витрат, пов'язаних, перш за все, з організацією міжнародного сервісного асирансу.

У зв'язку з прийняттям нового закону України "Про туризм" є актуальною проблема фінансового забезпечення туристичних організацій перед туристами [4]. Фінансовим забезпеченням Закон називає гарантію банку або іншої кредитної установи. Відомо, що раніше фінансове забезпечення надавав договір страхування відповідальності суб'єктів туристичної діяльності за виконання зобов'язань перед туристами. Саме механізм фінансового забезпечення у вигляді страхового полісу є найбільш розповсюдженим в світі.

Для забезпечення надійного захисту сфери туризму та розвитку ринку туристичного страхування в Україні необхідно здійснити такі заходи (рис. 1):

Проведення роз'яснювальної роботи з туристами та туристичними фірмами щодо особливостей видів страхувань, котрі забезпечують надійний захист сфери туризму.

Актуальним також є питання розробки спільної програми розвитку турфірм і страхових компаній та створення на основі цієї взаємодії туристично-страховий пул, для подальшого розвитку страхування туризму в Україні.

Внесення зміни до Закону України „Про страхування” і віднесення страхування туристів, котрі виїжджають за кордон, а також подорожують територією України до обов'язкових видів страхування є також важливим заходом.

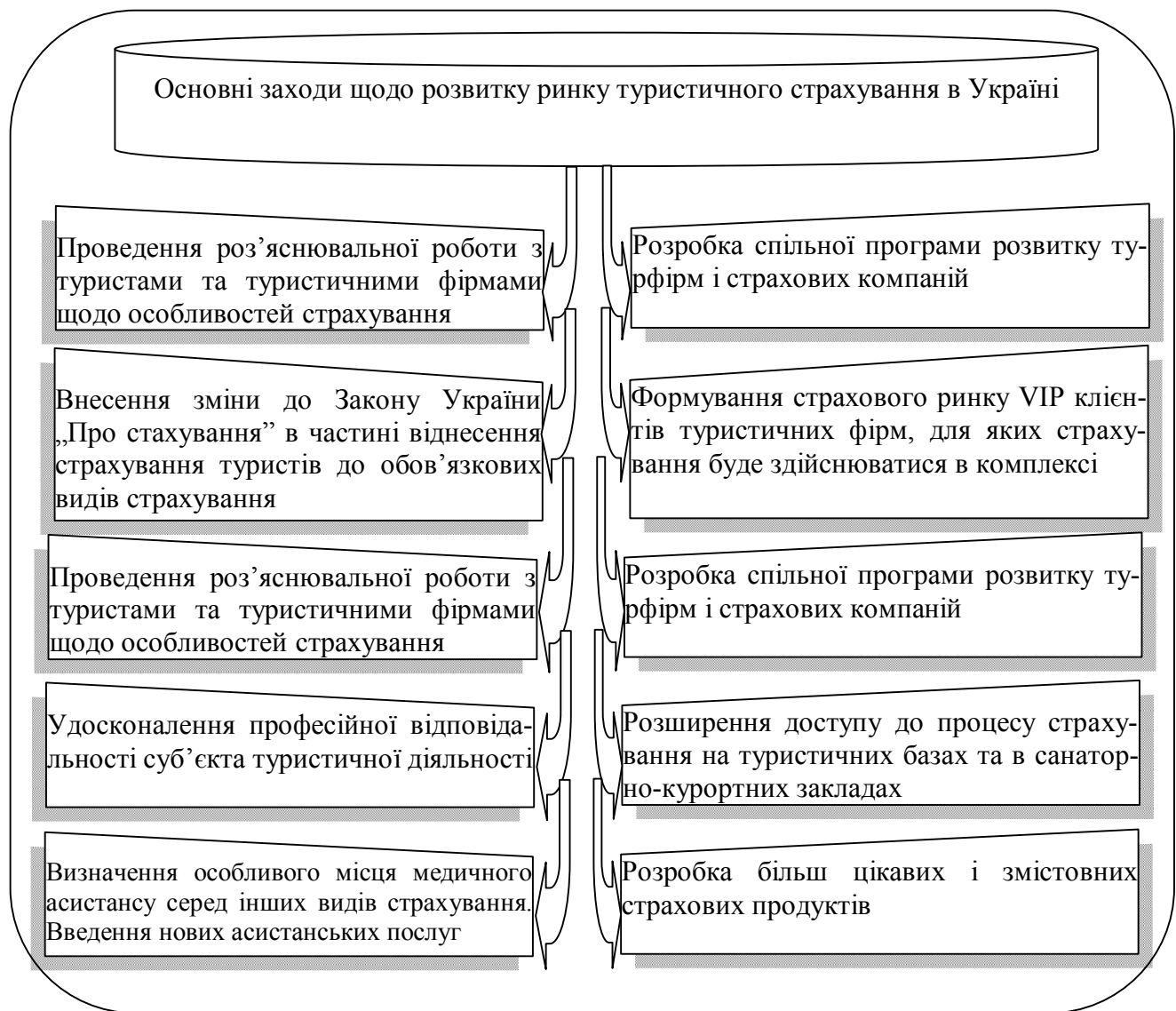


Рис. – Основні заходи щодо розвитку ринку туристичного страхування в Україні

При ліцензуванні окрім формування фінансової гарантії, вимагати наявності страхування професійної відповідальності суб'єкта туристичної діяльності. Клієнти, які зазнали збитки від туристичних компаній, мали б змогу по налагодженій схемі отримати відшкодування збитків за рахунок страхового полісу без додаткових проблем, пов'язаних із гарантією.

Налагодити страхування відповідальності туристичних компаній за порушення своїх договірних зобов'язань перед клієнтами в рамках тих лімітів фінансової відповідальності, які обумовлені Законом.

Передбачити в Цивільному кодексі (шляхом внесення відповідної поправки) норму, яка б встановлювала обов'язкове страхування відповідальності

суб'єктів туристичного підприємництва на випадок невиконання або неналежного виконання ними договірних зобов'язань. Така міра забезпечить, зокрема, можливість отримання відшкодування завданих збитків туристам та надійність туристичного бізнесу загалом.

Налагодити процес страхування на туристичних базах та в санаторно-курортних закладах (на кожній туристичній базі повинні продаватися страхові поліси, цю функцію можуть виконувати працівники туристичних підприємств, співпрацюючи зі страховими компаніями шляхом укладення договору аквізиції, який дає право на здійснення страхово-агентської діяльності).

Сформувати страховий ринок VIP клієнтів туристичних фірм, для яких страхування буде здійснюватися в комплексі: особисте медичне страхування, страхування від нещасного випадку і обов'язкове страхування всього комплексу туристичних послуг.

Визначити місце медичного асистансу серед інших видів страхування, оскільки медичний асистанс одночасно не може бути різновидом і особового, і майнового страхування. Виходячи з вищесказаного, доцільно було б вилучити з назви слово „медичний”, оскільки воно не відображає комплексність цього виду страхування.

Для зменшення випадків шахрайства в медичному асистансі слід: докладно визначати у договорі умови страхування та винятки зі страхових випадків; детальніше перевіряти факти настання страхових випадків; залучати професійних медичних працівників на етапі розгляду документів на виплату.

Необхідно пропонувати більш цікаві і змістовні страхові продукти, вводити нові асистанські послуги. На нашу думку, потрібно більше уваги приділяти такій додатковій послугі, як юридичний асистанс. Придбавши поліс, який включає юридичний асистанс, застрахований матиме можливість: скористатися послугами юристів за кордоном; відкрити справу з метою захисту прав при виникненні проблем юридичного характеру; отримати допомогу при викраденні чи втраті документів.

Висновки. Таким чином удосконалення страхування як складової системи безпеки в туристичній індустрії сприятиме стабілізації діяльності туристичних підприємств та туроператорських фірм, а також безпеці туристичних подорожей як в Україні, так і за її межами. У подальших дослідженнях слід обґрунтувати питання удосконалення умов туристського страхування.

Список літератури: 1. *Кифяк В.Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні / *В.Ф.Кифяк*. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с. 2. Словник страхових термінів [електронний ресурс]. – Режим доступу –<http://books.br.com.ua/16871>. 3. *Мальська М.П.* Міжнародний туризм і сфера послуг/ *М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М. Ганич*. – К.: Знання, 2008. – 661 с. 4. Про внесення змін до Закону України „Про туризм” Закон України від 18 листопада 2003 року №1282 – IV. 5. ГОСТ 28681.1-95 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг, 2004. – 13с. 6. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні за 2010 рік за даними Адміністрації Держприкордонслужби України [електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2183>. 7. *Гвозденко А. А.* Основы страхования в туризме/ *А.А. Гвозденко*. - М.: РМАТ, 1997. 8. Закон України „Про внесення змін до Закону України ”Про страхування”// Україна-business. - 2001. - № 44, 6-13 листопада.

Надійшла до редколегії 22.06.11

УДК 339.1“313”:334.716

О.І. ЧАЙКОВА, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХП», Харків

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДОВЕДЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО СПОЖИВАЧІВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

В статті запропоновано методологія формування системи доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках.

В статье предложена методология формирования системы доведения продукции промышленных предприятий к потребителям на внешних рынках.

In the article methodology of forming of the system of leading to of products of industrial enterprises is offered to the consumers on foreign markets.

Еволюція руху продукції від виробника до споживача в розвинених країнах відбувається у напрямі впорядкування цього процесу, коли загальні правила поведінки виробляються одним з учасників каналу, який домінує в ньому, володіючи найбільшим економічним потенціалом. Дана умова виконується при реалізації стратегії вертикальної інтеграції, яка широко представлена в роботах [1, 2]. У деяких джерелах дане поняття інтерпретується як зв’язана вертикальна диверсифікація [3].

Враховуючи особливості та можливості вертикальної інтеграції в зарубіжних країнах, актуальним є формування вертикально інтегрованих виробничих

систем, які є опорою відновлення економічних зв'язків і підвищення конкурентоспроможності підприємств України.

Отже, метою даної статті є розробка системи ефективного доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках. Ця система необхідна для формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства на етапі розробки планів розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Реалізація продукції підприємства на зовнішніх ринках може здійснюватися за допомогою різних каналів розподілу, які також називають торговельними, маркетинговими, збутовими каналами, каналами просування, реалізації.

Залежно від розмірів, потужності підприємства-виробника, різноманітності продукції та інших факторів прийнято, що товаророзподільна мережа складається із 0-рівневого (прямого), однорівневого, дворівневого торговельних каналів і таких, що мають більшу кількість рівнів (непрямих). Рівень каналу – це посередник, який виконує роботу по наближенню товару та права власності на нього до кінцевого споживача.

Формування системи доведення продукції до споживачів починається з вибору торговельних каналів (рис.). При виборі рівнів каналів підприємству необхідно вирішити, чи ефективно доручати частину функцій, пов'язаних із цією діяльністю, торговельним посередникам, і якщо так, то в яких межах і на яких умовах.

Реалізація продукції від товаровиробників до споживачів може здійснюватися різною сукупністю суб'єктів з певними організаційно-правовими взаємостосунками та взаємозв'язками, функціональними повноваженнями та обов'язками.

У економічній літературі існує підхід, згідно з яким дані суб'єкти об'єднані залежно від ступеня взаємозв'язаності з виробничим підприємством в різні торговельні канали [4].

У власний торговельний канал входять суб'єкти, залежні в організаційно-правовому, економічному, адміністративному аспектах від підприємства. В ролі суб'єктів можуть виступати торговельні організації, які є його безпосередніми підрозділами, філіями та ін. До власного торговельного каналу відносять: власні

роздрібні торговельні об'єкти, власний торговельний персонал, торгівля по каталогах, через веб-сайти, телеканали підприємства.



Рис. – Формування системи доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках

Функціонування зв'язаних торговельних каналів передбачає доведення продукції до споживачів не підприємством, а самостійними в правовому відношенні посередниками. При цьому промислові підприємства координують діяльність усіх суб'єктів в рамках договірних відносин: торгівлі за договорами, ліцензіями, системи франчайзингу та ін. Подібна система припускає загальне управління з боку промислового підприємства, зокрема, формування торговельної політики. До зв'язаного торговельного каналу відносять дистриб'юторів з винятковими правами; офіційних дилерів; підприємства, що працюють за системою франчайзингу, спільні підприємства; представників і агентів підприємства.

Функціонування зв'язаного торговельного каналу обумовлене тим, що в даний час спостерігається тенденція зміни взаємостосунків виробників і торговельних посередників [5]. Виробники спільно з посередниками намічають цілі, виробляють вимоги до підготовки торговельного персоналу, складають плани рекламних кампаній і заходів щодо стимулювання збуту. У свою чергу, виходячи з бажання отримати більший прибуток, самостійні в правовому відношенні торговельні посередники, погоджуються на те, щоб промислові підприємства брали участь у формуванні та здійсненні їхньої торговельної політики.

Слід відзначити, що виробник, який не має своїх торговельних представників на остаточному етапі розподілу продукції, не може бути упевнений в тому, що його товар продається найефективніше.

У незалежний торговельний канал входять незалежні у правовому й економічному відношенні посередники.

Подальшим етапом системи формування доведення продукції до споживачів є вибір форм здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Кращі форми просування продукції на зовнішній ринок або їх поєднання необхідно вибирати за результатами оцінки всіх можливих альтернатив. Серед основних форм виходу підприємства на зовнішні ринки виділяють прямий експорт, ліцензування, створення спільних підприємств, вкладення прямих інвестицій, непрямий експорт.

Здійснення прямого експорту характеризує здійснення промисловим підприємством торговельної діяльності. Дане твердження обумовлене тим, що функції по доведенню продукції від товаровиробника до споживача здійснюються суб'єктами, зв'язаними в організаційно-правовому, економічному, адміністративному відношенні з промисловим підприємством, і підприємство управляє їх діяльністю як власник. На думку автора, «торговельна діяльність промислового підприємства» – вид діяльності промислового підприємства, направлений на задоволення купівельного попиту на споживчому ринку шляхом реалізації товарів і надання послуг через власні торговельні канали та/або через зв'язані канали шляхом участі у формуванні й здійсненні торговельної політики.

Реалізація продукції через власні торговельні канали може проводитися різними способами, які базуються на створенні власних торговельних представництв; на продажу продукції за допомогою торговельного персоналу (торговельні представники, дистриб'ютори, дилери, агенти); на продажу продукції без залучення торговельного персоналу (замовлення по каталогах, поштові замовлення, Інтернет-продажі, через TV-магазини).

Робота власних торговельних представництв проводиться шляхами: створення експортного відділу або підрозділу; закордонного відділу продажів або дочірньої компанії; власних торговельних об'єктів. В обов'язки експортного відділу входять управління всією експортною діяльністю, здійснення продажів за кордоном, організація збору необхідної інформації про зовнішній ринок.

Закордонний відділ продажів здійснює реалізацію і розподіл продукції, виконує функції організації, зберігання і просування товарів, демонстраційного та обслуговуючого центру. Закордонний відділ продажів дозволяє промислово-му підприємству скористатися ефектом безпосередньої присутності на ринку і здійснювати контроль за виконанням маркетингових програм.

Економічна доцільність створення власних торговельних об'єктів на рівні підприємства має декілька аспектів. Для промислового підприємства реалізація продукції через власні торговельні об'єкти сприяє швидкому доведенню її до кінцевого споживача за рахунок скорочення «зайвих» ланок у ланцюзі руху товару, підвищенню оборотності оборотних коштів підприємства, зменшенню часу обігу товарів, що в свою чергу веде до зниження сукупної величини товарних запасів і витрат, пов'язаних з їх обслуговуванням. Власні торговельні об'єкти є джерелом додаткового прибутку для підприємства.

Створення власних торговельних об'єктів сприяє чутливому реагуванню підприємства на зміни, що відбуваються на ринку. Це дозволяє, з одного боку, визначати найбільш перспективні напрями розвитку виробництва, науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт. З іншого боку, через свої торговельні об'єкти промислове підприємство може брати участь у формуванні попиту населення, оскільки в магазинах фірмової торгівлі є більше можливостей для представлення покупцям нових товарів та послуг.

Інші форми здійснення торговельної діяльності промислових підприємств на зовнішньому ринку передбачають реалізацію продукції споживачам за допомогою зв'язаних торговельних каналів. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності відбувається, головним чином, при участі промислових підприємств у формуванні і здійсненні торговельної політики.

Участь у формуванні торговельної політики можна здійснювати: через торговельних посередників; за допомогою роботи торговельних представників промислового підприємства, шляхом надання прав на здійснення торгівлі товарами торговельної марки виробника (ліцензування, франчайзинг); виробництво за контрактом; створення спільних підприємств; поєднуючи ці способи.

Заключний крок формування системи ефективного доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках передбачає формування заходів щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства.

Розвиток торговельної діяльності, може здійснюватися шляхом виконання наступних заходів: організація філій, представництв, дочірніх компаній в інших країнах; проведення роботи по реалізації продукції через торговельних посередників; формування фірмового стилю роботи філій, торговельних представництв, фірмового стилю устаткування, транспортних засобів по доставці товарів, оформлення товарів, тощо; формування торговельної політики власних та участь у формуванні торговельної політики зв'язаних торговельних каналів; формування цінової політики для власних торговельних каналів та участь у формуванні цінової політики зв'язаних торговельних каналів; формування стратегії розвитку технологій (інформаційних, торговельних, маркетингових) та технологічного устаткування; формування стратегії підвищення кваліфікації торговельного персоналу; оцінювання та прогнозування діяльності учасників торговельних каналів, перевірка їх відповідності певним вимогам; інші.

В результаті формування системи доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках з'являється інформаційна база для формування варіантів розвитку зовнішньоекономічної діяльності, що припускає вибір найкращої сукупності варіантів з використанням оптимізаційних процедур.

Список літератури: 1. *Шериньова З.С.* Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К: КНЕУ, 2004. – 699 с. 2. *Виноградський М.Д.* Стратегії діяльності підприємства та ціноутворення в мережній ринковій економіці: Моногр. – Вінниця: Світанок, 2005. – 188 с. 3. *Дэй Д.* Стратегический маркетинг. – М.: Изд-во Эксмо, 2003. – 640 с. 4. *Золтерс Андрис А., Прабхакант С., Лоример Салли Э.* Стратегия продаж: Организация продуктивной работы торгового персонала / Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 512 с. 5. *Котлер Ф.* Маркетинг, менеджмент (анализ, планирование, внедрение, контроль): Пер. с англ. – СПб.: Питер, 1999.

Надійшла до редколегії 17.04.11

УДК 339.743

І.А. ЧЕКМАСОВА, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХП», Харків,

О.А. НЕГОВСЬКА, студентка, НТУ «ХП», Харків.

РОЗРОБКА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ – СУБ'ЄКТІ ЗЕД

В статті проведено аналіз методів оцінки й мінімізації валютних ризиків, обґрунтовано доцільність використання теорії нечіткої логіки для оцінки валютних ризиків. Вдосконалено та автоматизовано економіко-математичну модель прогнозування валютного курсу. Розроблено комплексну модель управління валютними ризиками на підприємстві, розраховано економічний ефект від її впровадження.

В статье проведен анализ методов оценки и минимизации валютных рисков, обоснована целесообразность использования теории нечеткой логики для оценки валютных рисков. Усовершенствована и автоматизирована экономико-математическая модель прогнозирования валютного курса. Разработана комплексная модель управления валютными рисками на предприятии, рассчитан экономический эффект от ее внедрения.

The article analyzes methods of evaluating and minimizing currency risks, feasibility of using fuzzy logic theory to estimate foreign exchange risk. Improved and automated economic-mathematical models of forecasting the exchange rate. Developed a complex model of currency risk management in the company, calculated the economic effect of its implementation.

Актуальність. В умовах інтеграції України до світової системи господарства і лібералізації зовнішньої торгівлі збільшується число українських підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Вихід на зовнішні ринки і участь в валютних операціях, з одного боку, відкривають нові можливості для економічного росту й розвитку підприємств, але з іншого боку, породжують різноманітні ризики імовірних втрат. Зокрема, кон'юнктура валютного ринку визначається багатьма чинниками, як економічними (темпи інфляції, рівень ВВП, рівень безробіття і державного боргу, відсоткові ставки, стан платіжного балансу), так і політично-соціальними (політична і соціальна нестабільність у суспільстві, монетарна політика), що призводить до коливань валютного курсу і вносить елемент невизначеності у відносини суб'єктів валютного ринку. Проведення зовнішньоекономічних операцій без попереднього аналізу можли-

вих валютних ризиків неминуче тягне несподівані, але закономірні фінансові втрати й зниження економічної безпеки підприємств. Тому, ефективне управління валютними ризиками в зовнішньоекономічних операціях має пріоритетне значення для вітчизняних підприємств-суб'єктів ЗЕД.

Мета роботи – розробка автоматизованої універсальної моделі управління валютними ризиками в умовах невизначеності. **Об'єкт** – управління валютними ризиками на підприємстві. **Предмет** – моделі управління валютними ризиками.

Аналіз останніх досліджень та постановка проблеми. Методологія управління валютними ризиками викликає значний науковий і практичний інтерес провідних вітчизняних і зарубіжних вчених. Дослідженню валютних ризиків присвячені наукові праці таких вчених як О.Береславська, Г.Вербицька, В.Вітлінський, Л.Болатова, Р.Кветний, С. Козловський, О.Гуляєва, І.Цветков, А.Семенов, Л.Репа, А.Сумін, А.Привезєнцев, Т.Струченкова, П.Бернстайн, М.Адлер, Д.Волкер, Ф.Найт, Д.Франкель, А.Шапіро та інші.

Однак, дослідження, проведені в даній сфері, носять досить загальний характер, що обмежує їхнє практичне застосування в менеджменті ЗЕД підприємства. Головною же проблемою є відсутність комплексного підходу до управління валютними ризиками: існуючі моделі розглядають процеси оцінки, прогнозування та мінімізації ризиків окремо, без чітких взаємозв'язків [3, 4].

Крім того, результати проведених досліджень базуються переважно на кількісних чинниках. Прогнозування валютних курсів на основі аналітичних залежностей припускає виявлення чинників та визначення їхнього впливу на валютний курс у різних можливих ситуаціях. Саме визначення характеру впливу чинників на валютний курс та відсутність однозначних аналітичних залежностей між вхідними та вихідними параметрами моделей представляє основну складність прогнозування, особливо в умовах неповної і нечіткої інформації [2]. Таким чином, недостатнє врахування в моделях якісних чинників, зокрема, людського фактору, створює передумови для некоректних прогнозів та прийняття неадекватних управлінських рішень.

Вдосконалення існуючих моделей і алгоритмів [2-4] з урахуванням якісних чинників і особливостей валютних операцій на основі комплексного підходу дозволить підвищити ефективність управління завдяки більшій достовірності отриманих результатів. Слід також зауважити про необхідність універсалізації моделі стосовно прогнозування курсу гривні щодо різних валют та автоматизації всього процесу управління валютними ризиками на підприємстві, що значно підвищить практичну значимість моделі.

Виклад основного матеріалу. Управління ризиками зовнішньоекономічної угоди являє собою аналітичний формалізований процес ідентифікації, аналізу та оцінки ризиків для прийняття управлінських рішень щодо максимізації позитивних і мінімізації негативних наслідків настання ризикових подій. Системи управління валютними ризиками містить 4 основні етапи [4]:

1. Ідентифікація ризику (визначення виду ризику). Валютний ризик в залежності від сфери його впливу на результати зовнішньоекономічної угоди поділяється на такі види: транзакційний (операційний) – ризик зміни вартості контракту; економічний – ризик коливання чутливості прибутку; трансляційний – ризик відхилення показників фінансової звітності; прихований – побічна схильність до валютного ризику при взаємодії з постачальниками, клієнтами та дочірніми компаніями [3].

2. Оцінка ризику (вимірювання ризику) припускає кількісну оцінку ризику. Кількісну оцінку ризику пропонується здійснювати на основі теорії нечіткої логіки. Використання теорії нечіткої логіки дає можливість оперувати вхідними даними, заданими нечітко; здійснювати нечітку формалізацію критеріїв оцінки чинників; проводити якісне оцінювання як вхідних даних, так і вихідних результатів; здійснювати моделювання складних економічних систем з заданим рівнем достовірності.

3. Вибір методу управління. Визначається в якій мірі і яким способом слід здійснювати хеджування (страхування від можливих втрат). Класифікація методів управління валютними ризиками, виконана на підставі синтезу сучасних наукових концепцій, наведена на рис. 1 [3, 4].

4. Мінімізація ризику. Здійснення хеджування ризику.

Модель управління валютними ризиками на підприємстві-суб'єкті ЗЕД представлена на рис. 2. Запропонована модель базується на комплексному підході і об'єднує всі чотири етапи процесу управління, що дозволяє керувати всіма важелями та контролювати процес в повній мірі.

Структура моделі прогнозування курсу гривні до долара представлена у вигляді дерева логічного висновку, в основі якого лежать 23 параметра.

Для спрощення процесу побудови моделі введено додаткові узагальнені лінгвістичні вихідні параметри змінні:

z – рівень економічного сприяння;

m – економіко-статистичні параметри;

n – значення виробничих параметрів;

y – рівень політичного сприяння;

w – сила дії рефлексивних процесів;

v – рівень природного сприяння;

t – період прогнозування [1].

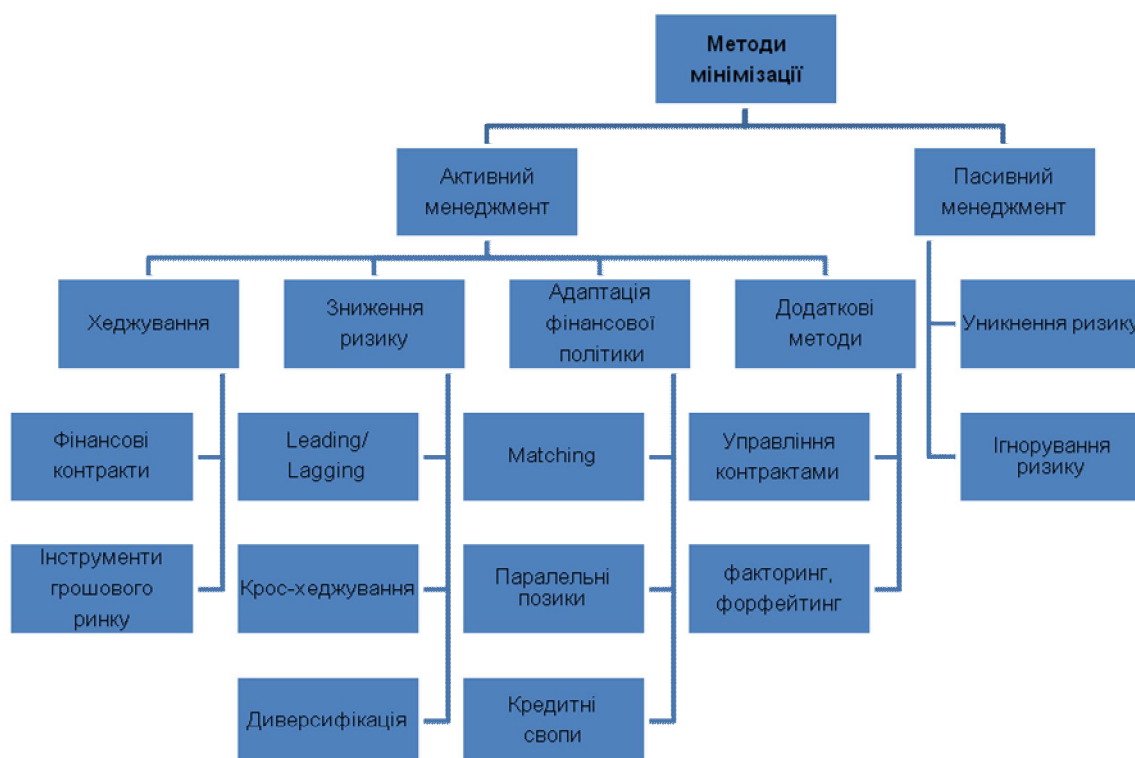


Рис. 1 – Методи мінімізації валютних ризиків

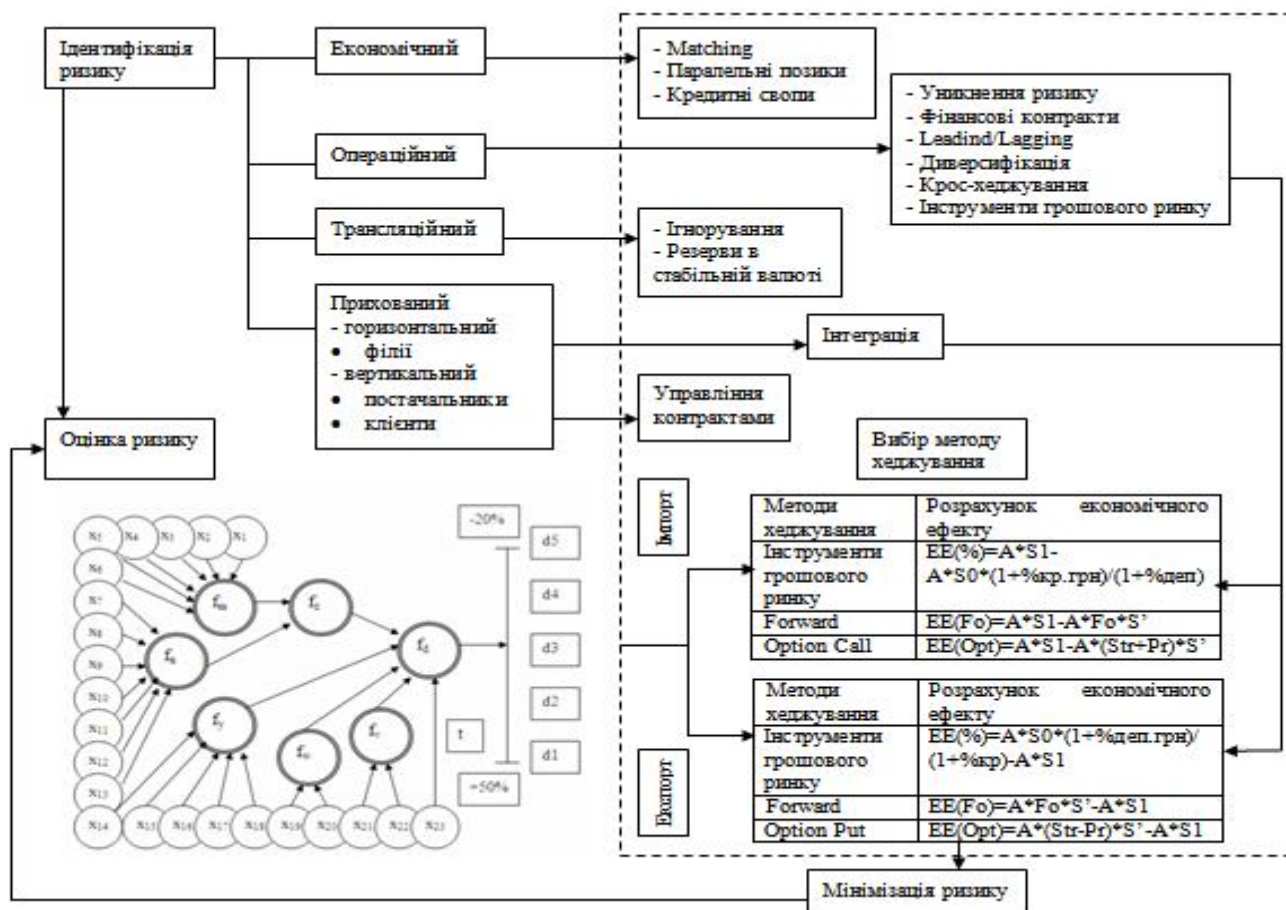


Рис. 2 – Модель управління валютними ризиками

Універсалізація моделі стосовно різних валют припускає використання індексів відповідних країн, наведених в табл. 1.

Таблиця 1 – Індеси країн

Країна	Індекс	Діапазон змін
Росія	PTC (1725,74)	500.00 – 2500.00
Європа	EURO STOXX 50 (2802.68)	600.00 – 6000.00
Великобританія	FTSE 250 Index (11299.44)	2000.00 – 20000.00
Німеччина	DAX (7,001.91)	1000.00 – 15000.00
Японія	NIKKEI 225 (11,408.20)	2050.00 – 20500.00

Впровадження та автоматизація моделі виконано в системі імітаційного моделювання MATLAB. Кількісні результати впровадження моделі подано в табл. 2.

Таблиця 2 – Економічний ефект для експортних операцій

Сума контракту, \$	10.000	20.000	30.000
Методи хеджування	Економічний ефект, грн.		
Інструменти грошового ринку	295,12	590,21	885,32
Форвард	18,29	36,58	54,87
Опціон	150,44	300,87	451,31

Висновки. Розроблена модель управління валютними ризиками на підприємстві-суб'єкті ЗЕД вирішує поставлені в роботі питання комплексного підходу, універсалізації, автоматизації. Врахування в моделі якісних факторів за допомогою теорії нечіткої логіки дозволяє підвищити точність прогнозування валютних курсів та знизити імовірність грошових втрат суб'єктів валютного ринку.

Практичне застосування автоматизованої моделі дозволить підприємству мати надійну та оперативну інформацію щодо співвідношення курсів валют як в короткостроковому, так і довгостроковому періоді; здійснювати об'єктивну кількісну та якісну оцінку валютних ризиків при проведенні зовнішньоторговельних операцій; систематизувати процес прийняття своєчасних та науковообґрунтованих управлінських рішень щодо здійсненні валютних операцій, керуючись їхньою ефективністю; розробити систему управління ризиками з метою мінімізації втрат при проведенні зовнішньоекономічних операцій з урахуванням фінансової стабільності й можливостей підприємства. Також впровадження моделі сприяє підвищенню ефективності управління підприємством і оптимізації руху грошових потоків через зниження залежності фінансових результатів від коливань валютних курсів.

Подальший розвиток теорії й практики управління валютними ризиками зовнішньоекономічних операцій в умовах загострення конкурентної боротьби на світових фінансових та валютних ринках є підставою для підвищення ефективності менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Список літератури: 1. Козловський С.В. Прогнозування валютного курсу в Україні на основі нечіткої логіки // Вісник ВПІ. – 2007. – № 3 (42). – С.39-49. 2. Рена Л.В. Концепція управління валютним ризиком // Економіка і організація управління: Збірник наукових праць. Випуск 1 / Під заг. ред. П.В. Єгорова. – Донецьк: ДонНУ, Каштан, 2007. – С. 122-133. 3. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. – М.: Издательско-

УДК 658

М.А.АНТОНЕНКО, аспірант, НТУ «ХПІ»

ОБГРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуті основні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємств, підкреслені їх основні переваги та недоліки з точки зору відображення у них результатів технологічного оновлення. Проаналізовано вплив технологічного оновлення машинобудівних підприємств на значення цих основних показників. Запропоновано використання Збалансованої системи показників у якості найбільш повної системи оцінки, яка охоплює усі основні аспекти діяльності підприємств.

В статье рассмотрены основные подходы к оценке эффективности деятельности предприятий, подчеркнуты их основные преимущества и недостатки с точки зрения отображения в них результатов технологического обновления. Проанализировано влияние технологического обновления машиностроительных предприятий на значение этих основных показателей. Предложено использование Сбалансированной системы показателей в качестве наиболее полной системы оценки, которая охватывает все основные аспекты деятельности предприятий.

Basic approaches to an estimation of efficiency of the enterprises activity are considered and underlined their basic advantages and lacks from the influence on results of technological updating point of view. Influence of technological updating of the machine-building enterprises on value of these basic indicators is analysed. Use of the Balanced Scorecard indicators as the fullest system of an estimation which covers all basic aspects of activity of the enterprises is offered.

Вступ. Будь-яке підприємство у процесі діяльності прагне одержувати прибуток. А це можливо за умови конкурентоздатності його продукції, та при наявності клієнтів, тобто долі ринку. Для машинобудівних підприємств особливістю є складність виробничих процесів, капіталоємкість, специфіка продукції. Як показав аналіз, конкурентоспроможність української машинобудівної продукції за часів незалежності була втрачена, спостерігається зниження технологічного та науково-технічного рівня виробництва. Для вирішення цієї проблеми вітчизняним підприємствам необхідна комплексна програма технологічного оновлення. Під технологічним оновленням будемо розуміти оновлення основних виробничих фондів, яке пов'язане з оновленням продукції, технології та яке приводить до підвищення ефективності діяльності підприємства.

Прагнучи підвищити свою конкурентоздатність на ринку, підприємства оновлюють продукцію, що викликає оновлення технології, а також технічних

засобів. Оновлення тією чи іншою мірою обов'язково впливатиме на внутрішні бізнес-процеси підприємства. Зокрема на кількість та структуру персоналу. Це може призвести до скорочення або навпаки до збільшення робочих місць, вимагати від працівника більшої спеціальної підготовки та кваліфікації. Оновлена продукція, виготовлена на оновленому обладнанні у відповідності до вимог споживача буде сприяти підвищенню лояльності споживача до компанії. Беручи до уваги, що економічна оцінка технологічного оновлення повинна враховувати його вплив на всі аспекти діяльності підприємства, то спочатку необхідно розглянути існуючі підходи до оцінки діяльності, а потім – у яких показниках оновлення відобразиться та як саме.

Вплив технологічного оновлення на показники діяльності підприємства. Існує декілька підходів до оцінки ефективності діяльності підприємств. Ефективність діяльності визначається, перш за все, прибутковістю, наявністю власних фінансових ресурсів, раціональним розміщенням основних і оборотних фондів та платоспроможністю. Традиційно за основу беруть результати бухгалтерського обліку та фінансової звітності, тобто базуються на подіях, які уже відбулися. Основні форми звітності українського бухгалтерського обліку – Баланс та Звіт про фінансові результати [1].

Технологічне оновлення відобразиться у першу чергу в активі балансу на вартості Основних засобів (у 30-32 рядках балансу). Кожен із видів оновлення по різному впливатиме на рядки балансу. Розглянемо як впливає введення нових основних засобів на баланс, оскільки для машинобудівних підприємств України це найбільш прийнятний варіант. У такому випадку при горизонтальному аналізі залишкова вартість зростає, первісна вартість також зростає, як і сума зносу. А вертикальний аналіз відобразить збільшення питомої ваги основних фондів. У випадку виведення основних засобів чи повної їх заміни показники первісної вартості, залишкової та зносу – зменшаться. У пасиві балансу у рядку нерозподіленого прибутку може відображатися сума прибутку, що реінвестована у підприємство, а саме – на оновлення основних фондів. А також оновлення може вплинути (підвищити) на показник – довгострокові кредити банків, якщо на процедуру оновлення підприємство брало кошти у кредит.

Проте, усі ці показники нечутливі до процесу технологічного оновлення і не будуть реагувати на зміни у складі основних фондів.



Рис. 1 – Структура балансу підприємства

За П(С)БО 1 [1], звіт про фінансові результати — це звіт про доходи, витрати і фінансові результати підприємства. Зазначені вимоги стосуються підприємств, організацій, установ і інших юридичних осіб усіх форм власності (крім банків і бюджетних установ). Результати технологічного оновлення будуть відображені у доході від реалізації продукції, оскільки нова продукція, виготовлена відповідно до вимог та побажань споживачів, принесе додатковий дохід. Далі, відповідно, збільшиться і податок на додану вартість. Чистий дохід припускається, що збільшиться, бо собівартість реалізованої продукції може знизитися за рахунок нових технологій. У статті «Інші операційні доходи» можуть відбутися зміни за рахунок доходів від операційної оренди активів, відшкодування раніше списаних активів та ін. Технологічне оновлення вплине і на адміністративні витрати, бо зміна технології виробництва змінить і кадровий склад персоналу. Отже, фінансові результати від операційної діяльності можуть зрости при правильному проведенні технологічного оновлення, а далі зумовлять ріст фінансових результатів від звичайної діяльності.

Таким чином, технологічне оновлення знайде своє відображення у Звіті про фінансові результати, проте ці показники також не досить чутливі до

технологічних змін, хоча і враховують питання пов'язані з персоналом на відміну від балансу.

Інвестора чи власника капіталу цікавить не просто прибуток, який відображається у формах звітності, а віддача від вкладених коштів. Для цього використовують системи показників, які всебічно відображають стан і розвиток діяльності підприємства. Традиційно у таких цілях використовують систему фінансового аналізу Дюпон [2, 3]. Основні показники за моделлю Дюпон зазвичай представляють у вигляді піраміди (рис. 2) На вершині – рентабельність власного капіталу (ROE), а в основі фактори, що характеризують виробничу та фінансову діяльність підприємства (PR - рентабельність продаж; AR - оборотність чистих активів; L - фінансовий ричаг або леверидж). Ці показники також можна розчленити на складові і таким чином виявити, які із них у більшій чи у меншій мірі впливають на основний.

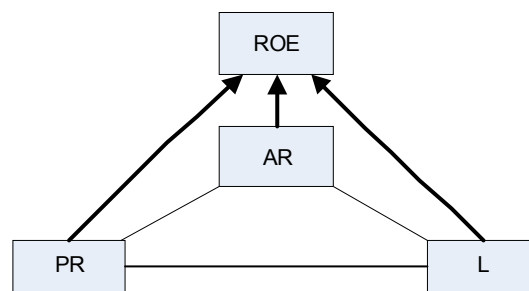


Рис. 2 – Схема моделі Дюпон

Технологічне оновлення може сприяти росту обсягу продаж, а також мати позитивний вплив на операційний прибуток, що вплине на рентабельність продаж. Технологічне оновлення також вплине на постійні затрати через амортизацію, та побічно на маржинальний прибуток через змінні витрати.

Показник оборотності чистих активів залежить від обсягу продаж та вартості чистих активів. Для максимізації цього показника необхідно мінімізувати поточні або/та фіксовані активи і збільшити поточні зобов'язання. Що стосується фіксованих активів, то чим меншою сумою активів удасться забезпечити максимальний обсяг продаж, виробництва та прибутку, тим краще.

Тому слід по можливості позбавлятися від тих фіксованих активів, що не використовуються; прагнути до оновлення основних фондів.

Таким чином, показники ефективності діяльності підприємства по моделі Дюпон більш чутливі до технологічного оновлення, хоч і не можна однозначно стверджувати який саме вплив воно матиме.

Як узагальнюючий показник діяльності підприємства використовують також модель економічної доданої вартості (EVA) [4, 5]. В основу цієї моделі закладена ідея підтримання та збільшення власного капіталу, тобто прибуток може бути отриманий лише у випадку, якщо протягом звітного періоду мало місце збільшення (ріст) власного капіталу. Оскільки оцінка ефективності діяльності підприємств по моделі EVA виражена агрегованими показниками, які розкладаються на економічні показники моделі Дюпон, то і вплив технологічного оновлення можна представити аналогічним чином.

Однак у час інформаційних технологій доведено, що керуватися лише фінансовими показниками для управління та оцінки діяльності підприємства недостатньо. Збалансована система показників (Balanced Scorecard) вирішує це питання шляхом інтеграції набору монетарних та немонетарних показників [6]. Збалансована система показників трансформує стратегію компанії у конкретні задачі та показники за чотирьма напрямками: фінанси, клієнти (маркетингова складова), внутрішній бізнес-процес, навчання та підвищення кваліфікації персоналу (рис. 3).

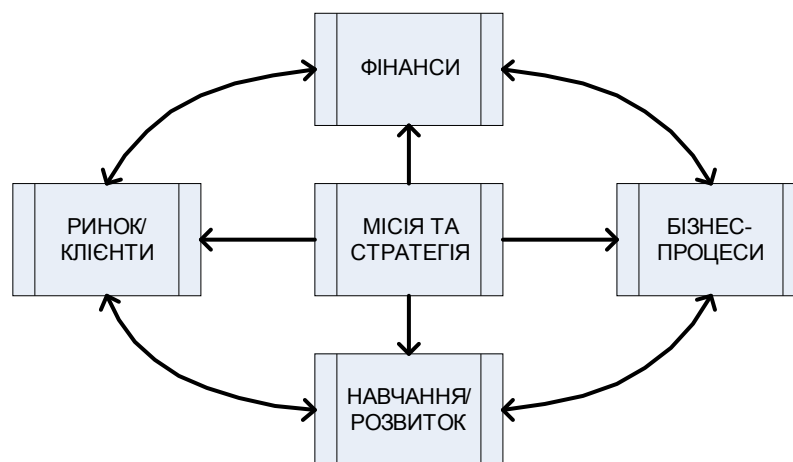


Рис. 3 – Збалансована система показників

Технологічне оновлення відобразиться у цих показниках, у деяких - прямо, а на інші матиме лише побічний вплив. Серед фінансових показників безпосередній вплив є на показник рентабельності інвестицій, економічної доданої вартості, рентабельності власного капіталу, як наслідок і на чистий прибуток. Показники маркетингової складової Збалансована система показників також у деякій мірі залежать від технологічного оновлення: кількість залучених клієнтів напряду пов'язана із якістю та видом продукції, це визначає рівень задоволеності клієнтів та формує долю ринку. Внутрішні бізнес-процеси також підкорені впливу технологічного оновлення, бо забезпечення належної якості продукції саме від нього і залежить. Крім того нова техніка більш пристосована до переналадки на випуск нової продукції. Кадрові показники, зокрема продуктивність праці, підвищуються за рахунок технологічного оновлення. Рейтинг привабливості підприємства як роботодавця на ринку праці, відсоток внутрішнього заповнення вакансій, коефіцієнт плинності кадрів також залежать від того, як проходить процес виробництва, яка кількість працівників задіяна та з яким рівнем знань та навиків.

Висновки. Технологічне оновлення матиме вплив на основну масу показників Збалансованої системи показників – найбільш повної системи, що показує ефективність діяльності підприємств та дає можливість планувати їх майбутній розвиток. І саме показники цієї системи повинні лягти в основу розрахунку комплексної оцінки впливу технологічного оновлення на розвиток машинобудівних підприємств.

Список літератури: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" ЗАТВЕРДЖЕНО наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. N 87 2. Характеристика многофакторной модели [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.dist-cons.ru 3. Диагностика состояния предприятия – Business Toolkits, 117 с. 4. Оценка компании. Анализ различных методов при использовании доходного подхода [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://www.cfin.ru> 5. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: Навч. посіб. — К.: Знання, 2008. — 679 с. 6. Роберт С.Каплін, Дейвид П. Нортон Сбалансированная система показателей ЗАО «Олимп-Бизнес», Москва, 2003. — 214 с.

Надійшла до редколегії 17.06.11

М.М. ШЕВЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків,
Д.М. ЗЮБАНОВА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків.

ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються проблеми просування фармацевтичних препаратів, які можуть виникнути після прийняття поправок до Закону України «Про рекламу» (щодо обмеження реклами лікарських засобів) та його вплив на маркетингову стратегію фармацевтичних компаній. Пропонується шляхи вдосконалення рекламного законодавства в Україні у сфері обігу лікарських засобів.

В статье рассматриваются проблемы продвижения фармацевтических препаратов, которые могут возникнуть после принятия поправок к Закону Украины «Про рекламу» (относительно ограничения рекламы лекарственных средств) и его влияние на маркетинговую стратегию фармацевтических компаний. Предлагается пути совершенствования рекламного законодательства в Украине в сфере обращения лекарственных средств.

In the article the promotion problems of pharmaceutical products that may arise after the adoption of amendments to the Law of Ukraine "On Advertising" (to limit drug advertising) and its impact on the marketing strategy of pharmaceutical companies are analyzed. The ways to improve the advertising legislation in Ukraine in the sphere of drug circulation are proposed.

Формуючи власний ефективний комплекс маркетингу, кожне підприємство змушене враховувати велику кількість факторів мікро- та макромаркетингового середовища. Діяльність рекламних фірм та організацій контролюється і регламентується державою і громадськістю. Лікарські засоби на відміну від інших товарів споживчого ринку є особливим продуктом споживання. Їх неправильне застосування досить часто пов'язане з істотними ризиками для здоров'я, а інколи й для життя людини. Ці ризики значно зростають, якщо пацієнти під впливом інтенсивної реклами вдаються до самолікування, особливо при зловживаннях рекламодавців. Тому реклама лікарських засобів є предметом особливого правового регулювання кожної держави. Зараз у Верховній Раді України розглядається новий законопроект, в якому забороняється будь-яка зовнішня реклама лікарських засобів. Саме тому дана проблема на цей час є дуже актуальною.

Питанням становлення і розвитку теорії рекламних комунікацій присвячено багато робіт як зарубіжних, так і вітчизняних учених. В Україні проблемі застосування маркетингових комунікацій на фармацевтичному ринку присвячено теоретичні та практичні розробки відомих у цій сфері учених, таких як Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Такі вчені, як Дорошенко

Л., Загорій Г. В., Новіков А., Пашутін С., Приходько О., Тітенко Л., Усенко В.А. також займалися проблематикою маркетингу на ринку фармацевтичних препаратів. Цю проблему досліджують відділи маркетингу великих фармацевтичних підприємств, а також фірми, які проводять моніторинг реклами лікарських засобів [1].

Таким чином, метою даного дослідження є вивчення проблем просування фармацевтичних препаратів на території України, визначення можливості впровадження законопроекту про повну заборону реклами лікарських засобів та пропозиція шляхів подолання вказаних проблем. Для досягнення поставленої мети поставлені наступні завдання: проаналізувати нормативну базу стосовно даної проблеми, як інструмент правового регулювання реклами лікарських засобів в Україні, щоб дізнатися його слабкі сторони і аспекти, які можуть бути неправильно витлумачені споживачами, намітити напрямки їх можливого вдосконалення та запропонувати шляхи подолання проблем просування фармацевтичних препаратів в Україні.

Функцію правового регулювання реклами лікарських засобів в Україні виконує передусім Закон України «Про рекламу». Цей закон наряду з загальними положеннями щодо реклами містить спеціальні норми, які встановлюють особливості правового регулювання реклами лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування та реабілітації. Зокрема, зазначений закон містить низку приписів і заборон щодо змісту, форми і способів розповсюдження реклами безрецептурних препаратів (вимога про необхідність консультації з лікарем перед застосуванням лікарського засобу, рекомендації щодо обов'язкового ознайомлення з інструкцією до застосування препарату та інш.). Найважливішим пунктом є повна заборона публічної реклами ліків, які вживаються та розповсюджуються тільки за приписом (рецептом) лікаря – так звані «рецептурні препарати» [2,5,6].

Однак існуючий механізм правового регулювання реклами ліків останнім часом піддається гострій критиці, та в черговий раз постає питання його удосконалення. Протягом останнього року до Верховної Ради України було внесено цілий ряд пропозицій щодо обмеження реклами ліків. Нещодавно до Верхо-

вної Ради України було внесено законопроект, який передбачає більш радикальні заходи у цій сфері, а саме – повну заборону реклами будь-яких ліків у засобах масової інформації, та залишає розміщення інформації про лікарські засоби виключно у спеціалізованих медичних виданнях, а також у матеріалах, що розповсюджуються на спеціалізованих семінарах, конференціях, симпозіумах із медичної тематики тощо [3]. Ініціатором цього законопроекту є народний депутат України Петро Миколайович Симоненко. 15.02.2011 цей законопроект було вручено для ознайомлення та опрацювання в комітеті з питань свободи слова та інформації.

В обґрунтуванні необхідності прийняття зазначеного законопроекту впровадження заборони публічної реклами лікарських засобів визначається «нагальною необхідністю» і мотивується тим, що на сьогодні «на законодавчому рівні створено передумови, коли недостатньо та невірно інформовані і, як правило, неосвічені в медичних питаннях споживачі, довіряючи рекламі, займаються самолікуванням, а також лікують своїх дітей без попередніх консультацій та порад фахівців», публічна реклама ліків завдає «лише значної шкоди здоров'ю громадян» та «складає пряму загрозу здоров'ю нації та її генофонду» [4] .

З огляду на вищенаведене можна зробити наступні висновки, які водночас можуть бути сприйняті як пропозиції щодо вдосконалення рекламного законодавства у сфері обігу лікарських засобів в Україні. По-перше, запровадження повної заборони реклами будь-яких лікарських засобів суперечитиме Конституції України. Такий радикальний засіб не виправдовує мети – охорони здоров'я населення, оскільки її можна досягнути іншими – більш гнучкими засобами, а саме: чітким законодавчим врегулюванням вимог та обмежень щодо реклами лікарських засобів та встановленням ефективного контролю за дотриманням цих вимог та обмежень. Дозвіл реклами безрецептурних препаратів є цілком виправданим і відповідає європейській практиці [4]. Однак реклама таких препаратів повинна здійснюватися в рамках передбачених законодавством обмежень. По-друге, аналіз правового регулювання реклами лікарських засобів за законодавством європейських країн показує, наскільки неповними і недосконалими є механізми правового регулювання реклами лікарських засобів в Укра-

їні[4]. На думку авторів статті, запропонована заборона реклами ліків не вирішить проблем у цій сфері, а лише заведе ринок рекламних послуг у галузі охорони здоров'я у тінь, що в кінцевому випадку може завдати охороні здоров'я населення ще більшої шкоди. По-третє, у статті пропонуються наступні шляхи вдосконалення правового регулювання реклами лікарських засобів:

- Впровадження детального законодавчого регулювання необхідних та адекватних заборон і обмежень щодо реклами окремих лікарських засобів з одного боку та окремих видів і форм реклами з іншого. Також є необхідність забезпечення диференційованого підходу до правового регулювання публічної та фахової реклами ліків;

- передбачення жорстких санкцій за порушення законодавства щодо реклами лікарських засобів;

- створення дієвих форм і засобів контролю за дотриманням законодавства щодо реклами лікарських засобів. В основу такого регуляторного механізму може бути покладено законодавство інших європейських країн.

Таким чином, регулювання ринку фармацевтичних препаратів має відгородити споживача від некоректної подачі інформації в рекламних повідомленнях, а не обмежити його вибір. В умовах гранично високого рівня насичення життя сучасної людини інформацією фармацевтичні компанії змушені шукати максимально ефективну комбінацію методів реклами в боротьбі за лояльність потенційних споживачів своєї продукції [1].

Список літератури: 1. *Віннікова І.І., Гребньов Г.М.* Дослідження та аналіз рекламного ринку лікарських засобів: Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2. Закон України «Про рекламу» (стаття 21, абзац 2). 3. Проект закону України про внесення зміни до статті 21 Закону України "Про рекламу"(щодо обмеження реклами лікарських засобів). 4. *Юнко М.* «Побічні ефекти» повної заборони реклами ліків в Україні: газета «Аптека» #758 (37) 27.09.2010. 5. *Joan Buckley.* Маркетинг в фарминдустрии: Время перемен: Журнал «ПРОВИЗОР» выпуск № 09. 6. Порівняльна таблиця до проекту Закону України «Про внесення зміни до статті 21 Закону України «Про рекламу» (щодо обмеження реклами лікарських засобів)».

Надійшла до редколегії 30.04.2011

ЗМІСТ

АНДРЯКОВА Т.В., БРИНЬ П.В. Методические основы классификации аутсорсинга.....	3
ГУРІНЕНКО Н.В. Фінансова стійкість підприємств машинобудування в Україні.....	9
ГУР'ЯНОВ А.Б., ТЕРЕЩЕНКО Д.А. Ситуаційний підхід до стратегічного управління підприємством	14
ДАНЬКО Т.В., БЄЛОМИТЦЕВА А.А. Сучасні підходи до використання логістичних моделей при діагностиці каналу розподілу	19
ДРУГОВА О.С., КЛИМЕНКО Г.В. Забезпечення фінансової стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД.....	24
ЗАГРЕБАЛЬНА О.В. Проблеми застосування методу загального управління якістю (TQM) на українських підприємствах.....	29
ЗАМУЛА О.В. Формування промисловими підприємствами оптимального механізму ринкових трансакцій на інформаційному ринку.....	34
ІМЕНИННИК М.А. Еволюція концепцій контролінгу в управлінні підприємством.....	39
КОВАЛЕНКО В.В., СТЕПАНЕНКО Т.А. Процедура визначення фінансового стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства	46
КОЗЕНКО Н.В. Інтернаціоналізація як один із стратегічних пріоритетів у ВНЗ.....	50
КОРЕЦЬКА О.В. Класифікація організаційно-економічних факторів, впливаючих на конкурентоспроможність підприємства	55
ЛЕВИЦЬКА І.В. Методика визначення масштабів відтворення основних засобів в корпораціях	59
ЛЕРНЕР Ю.І., САМОРОДОВ Б.В. Методика визначення перспективних значень основних показників банківської діяльності	68
НОСИРЄВ О.О. Перспективи розвитку торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС	78
ПАВЛОВСЬКА А.А., КЛЕПІКОВА С.В. Роль іноземних інвестицій на сучасному етапі розвитку України	83
СІТАК І.Л. Структурно-логічна схема механізму управління сталим розвитком підприємства.....	87
УС М.І. Формування підприємством партнерських відносин: напрямки та цілі.....	94

РЕКУН Г.П., ТКАЧЕНКО Ю.В. Етичні аспекти формування сучасної моделі підприємницького середовища	98
РОДЧЕНКО В.Б. Методика та побудова рейтингової оцінки економіко-виробничого та соціально-демографічного розвитку міст України.....	104
УСПАЛЕНКО В.І., ЛУКАШЕВИЧ К.В. «Малі банки» і їх перспективи...	110
ФИЛИППОВСКАЯ Л.А., ГНИДЕНКО В.А. Оценка уровня рыночной составляющей экономической безопасности предприятия по оказанию услуг...	114
ПОКОЛОДНИЙ В.В. Проблемні аспекти розвитку та удосконалення системи туристичного страхування в Україні.....	124
ЧАЙКОВА О.І. Формування системи доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках.....	132
ЧЕКМАСОВА І.А., НЕГОВСЬКА О.А. Розробка моделі управління валютними ризиками на підприємстві – суб'єкті ЗЕД.....	138
АНТОНЕНКО М.А. Обґрунтування економічної оцінки технологічного оновлення машинобудівних підприємств.....	144
ШЕВЧЕНКО М.М., ЗЮБАНОВА Д.М. Проблеми просування фармацевтичних препаратів в Україні	150

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ «ХП»**

Збірник наукових праць

**Тематичний випуск
«Актуальні проблеми управління та
фінансово-господарської діяльності підприємства»**

Випуск 38

Наукові редактори проф. В.Я. Міщенко, проф. О.М. Гавриць,

Технічні редактори О.С. Другова, О.С. Курандо

Відповідальний за випуск к. т. н. І.Б. Обухова

Підп. до друку 30.11.2010 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк.
Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. 7,3. Обл.-вид. арк. 10,1.

Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХП».

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 от 10.07.2000 р.
61002, Харків, вул. Фрунзе 21

Друк-ФО_П Воронюк В.В., м. Харків, пл. Руднева, 4
тел. 335-07-66